



UNIVERSITAS INDONESIA

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEINGINAN
DAN PREFERENSI PENGUSAHA MIKRO UNTUK
BERZAKAT**

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Magister Sains (M.Si)
dalam bidang Ilmu Ekonomi dan Keuangan Syariah
pada Program Studi Kajian Timur Tengah dan Islam
Program Pascasarjana, Universitas Indonesia**

Oleh :

AGUS SUPRAYOGI

NPM : 0906657546

**PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI KAJIAN TIMUR TENGAH DAN ISLAM
EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
JAKARTA
JULI 2011**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tesis ini adalah hasil karya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : **Agus Suprayogi**

NPM : **0906657546**

Tanda tangan :

Tanggal : **8 Juli 2011**

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh :
Nama : Agus Suprayogi
NPM : 0906657546
Program Studi : Kajian Timur Tengah dan Islam
Kekhususan : Ekonomi dan Keuangan Syariah
Judul Tesis : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keinginan dan Preferensi Pengusaha Mikro Untuk Berzakat

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Sains dalam bidang Ilmu Ekonomi dan Keuangan Syariah pada Program Studi Kajian Timur Tengah dan Islam, Program Pascasarjana, Universitas Indonesia

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. A. Hanief Saha Ghafur, M.Si (.....)
Pembimbing : Dr. Nurdin Sobari, SE, MM, CAAE (.....)
Penguji : Ir. Hardius Usman, M.Si (.....)
Pembaca Ahli : Prof. Dr. Sofjan Assauri, MBA (.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 8 Juli 2011

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas izin, berkat serta rahmat-Nya, kami dapat menyelesaikan tesis yang berjudul ***“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi keinginan dan preferensi pengusaha mikro untuk berzakat”***. Shalawat dan salam kami haturkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menerangi bumi ini dari kegelapan menuju cahaya beserta para sahabat, keluarga, dan para pengikutnya yang setia hingga akhir zaman.

Penulisan tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Sains pada Program Studi Timur Tengah dan Islam, Program Pascasarjana, Universitas Indonesia. Kami menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tesis ini, sangatlah sulit bagi kami untuk menyelesaikan tesis ini. Oleh karena itu, kami mengucapkan terima kasih kepada:

- (1) Ibu Prof. Dr. Lydia Freyani Hawadi, Psikolog, selaku Ketua Program Studi Kajian Timur Tengah dan Islam, Program Pascasarjana Universitas Indonesia;
- (2) Bapak Dr. Hanief Saha Ghafur, M.Si, selaku Wakil Ketua Program Studi Kajian Timur Tengah dan Islam, Program Pascasarjana Universitas Indonesia;
- (3) Bapak Dr. Nurdin Sobari, SE, MM, CAAE, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran di dalam mengarahkan penulis dalam penyusunan tesis ini;
- (4) Bapak Ir. Hardius Usman, M.Si dan Bapak Prof. Dr. Sofjan Assauri, MBA, yang telah banyak membantu mengarahkan dan memberikan masukan mengenai analisis dan teknik penulisan;
- (5) Para Dosen Pengajar PSKTTI yang telah memberikan bimbingan selama kami menuntut ilmu.
- (6) Ibunda Hj. Khadijah dan Ayahanda H. Abdullah Husein tercinta yang selalu mendoakan, membimbing dan mendukung dengan cinta serta kasih

saying yang tak pernah berhenti.

- (7) Istriku tercinta Istiyanti, SE serta anak-anakku Aiza El Diana dan Sagiv El Faaq yang telah memberikan perhatian serta dorongan semangat sehingga tesis ini dapat selesai sesuai dengan yang diharapkan.
- (8) Guru-Guru kami Dr. KH. Abdus Syakur Hansa, MA, Drs. Ustadz Asli Ahmad, (Alm) KH. Muhammad Hasyim Majid serta guru-guru lainnya yang telah membimbing kami secara moril sehingga kami bisa menyelesaikan tesis ini.
- (9) Para pengusaha mikro yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang kami perlukan;
- (10) Para Staff PSKTTI yang telah membantu kami dalam administrasi akademik
- (11) Kepada seluruh teman-teman kampus yang selalu mendukung serta memberikan semangat kepada kami dalam penyelesaian tesis ini
- (12) Sahabat yang telah banyak membantu kami dalam menyelesaikan tesis ini.

Akhir kata, kami berharap Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Kami menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu kami membuka pintu selebar-lebarnya atas segala kritikan dan masukan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Serta dapat menunjang perkembangan ilmu pengetahuan dan kemajuan masyarakat khususnya ekonomi Islam. Semua yang benar itu adalah dari Allah SWT dan kekurangan itu dari diri pribadi kami.

Jakarta, 8 Juli 2011

Agus Suprayogi

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASITUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agus Suprayogi
NPM : **0906657546**
Program Studi : Kajian Timur Tengah dan Islam
Fakultas : Pascasarjana
Jenis Karya : Tesis

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

***“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keinginan dan Preferensi Pengusaha
Mikro Untuk Berzakat”***

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan memublikasikan tugas akhir saya tanpa meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 8 Juli 2011

Yang menyatakan

(Agus Suprayogi)

ABSTRAK

Nama : Agus Suprayogi
Program Studi : Kajian Timur Tengah dan Islam
Kekhususan : Ekonomi dan Keuangan Syariah
Judul Tesis : ***Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keinginan Dan Preferensi Pengusaha Mikro Untuk Berzakat***

Perkembangan kota besar seperti Jakarta seiring dengan meningkatnya jumlah tenaga kerja yang tidak tertampung pada sektor formal menyebabkan pertumbuhan sektor informal semakin pesat. Pertumbuhan pengusaha mikro sebagai salah satu sektor informal menjadi salah satu yang perlu diperhatikan oleh para pengumpul zakat, karena semakin banyaknya pengusaha mikro maka akan semakin banyak pula zakat yang bisa di tarik, khususnya pengusaha mikro yang sudah mendapatkan keuntungan lebih.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhinya pengusaha mikro dalam membayar zakat perdagangan serta karakteristik dan preferensi pengusaha mikro di Jakarta. Dengan mempelajari perilaku dari pengusaha mikro maka dapat dikenali ciri-ciri dan karakteristiknya sehingga para pengumpul zakat dapat mengambil berbagai langkah dalam mensosialisasikan zakat perdagangan terhadap para pengusaha mikro serta memberikan pemahaman kepada pengusaha mikro tentang pentingnya zakat perdagangan.

Tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif sedangkan analisis yang digunakan adalah analisis distribusi frekuensi, tabulasi silang, logit, multinomial logit dan deskriptif kualitatif.

Berdasarkan hasil analisis diperoleh temuan bahwa variable pengetahuan zakat, tingkat keyakinan dan tingkat ibadah sangat berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi pengusaha mikro dalam membayar zakat perdagangan, Dari sisi penyaluran pembayaran zakatnya ditemukan bahwa variable pengetahuan zakat, tingkat keimanan dan tingkat ibadah berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi pengusaha mikro membayar zakat perdagangan melalui Badan Amil Zakat.

Rekomendasi yang dapat diajukan kepada para pemungut zakat adalah dengan mensosialisasikan zakat perdagangan kepada para pengusaha mikro dengan melalui pembinaan lewat kegiatan keagamaan serta dengan melibatkan ulama dan ustadz yang berada di sekitar pengusaha mikro. Sehingga semakin banyak masyarakat yang sadar akan pentingnya membayar zakat.

Kata kunci: Preferensi, pengusaha mikro, zakat perdagangan

ABSTRACT

Name : Agus Suprayogi
Programe of Study : *Study of Middle East and Islam*
Subject : *Economics and Syariah Finance*
Title of Thesis : ***Factors that is influence on micro entrepreneur's desire and preference for paying zakat***

Development of big city like Jakarta causes increasing skilled and unskilled manpower that couldn't be accommodated in formal sector. The increasing of micro entrepreneur in informal sector should be concerned by zakat collector. Therefore, the more amount of micro entrepreneur the greater amount of zakat could be collected specially from success micro entrepreneur.

This study is striving for finding out the factors that influence micro entrepreneur in paying trade zakat, characteristic and preference micro entrepreneur in Jakarta. From studying in depth of micro entrepreneur behavior, we can understand their characteristics. Accordingly, the zakat collector could take proper action in socialization of trade zakat to micro entrepreneur especially about the important of trade zakat.

The type of study is descriptive study. Moreover, analysis which is used are frequency distribution analysis, cross tabulation, logit, multi nominal logit and qualitative description.

In accordance result of analysis, the preference of compliance of paying zakat is influenced by zakat comprehension variable, conviction level and worship level. From distribution of paying zakat, zakat comprehension variable, belief level and worship level significantly influence micro entrepreneur preference in paying zakat to Badan Amil Zakat.

We recommended to zakat collector in order to socialize trade zakat to micro entrepreneur by means of religious education with ulama where their lived. Therefore, more society will be aware with the importance of paying zakat.

Key Words: Preference, micro entrepreneur, trade zakah

ملخص

الآسم : أغوس سوفرايوغي
 البرنامج : الدراسة عن شئون الشرق الأوسط والإسلامية
 التخصص : الإقتصادية والمالية الشرعية
 عنوان الرسالة : العناصر المؤثرة على رغبة ومبادرة في أصحاب المشاريع الصغيرة في الزكاة

إن تنمية المدن الكبيرة بما فيها جاكرتا، و تمشيا مع تزايد الأيدي العاملة التي تستوعبها القطاع الرسمية هو أمر يسبب في تطور القطاع غير الرسمية تطورا سريعا. فإن تطور شأن أصحاب المشاريع الصغيرة باعتباره واحدا من القطاع غير الرسمية هو مصدر من المصادر التي لا بد من أن يهتم به جامعو الزكاة، إذ أنه كلما يكثر عدد أصحاب المشاريع الصغيرة تتزايد مصادر الزكاة التي يتم جمعها، وبصفة خاصة من قبل أصحاب المشاريع الصغيرة الذين قد تمتعوا بمزيد كبير من الأرباح.

تهدف هذه الدراسة الى التعريف بالعناصر المؤثرة على أصحاب المشاريع الصغيرة لآداء زكاة التجارة، كما تهدف أيضا الى معرفة خصائص هؤلاء الأ أصحاب ومدى مبادرتهم بإخراج الزكاة بجاكرتا. ومن خلال دراسة تصرفات أصحاب المشاريع الصغيرة، إتضح هناك مزاياهم وخصائصهم نحو أهمية زكاة التجارة.

وإن النمط المستخدم للبحث هو الدراسة الوصفية، بينما كانت عناصر التحليل المستخدم من أمثال : التحليل التوزيعي للترددات (analisis distribusi frekuensi)، والتبويب الصليبي (tabulasi silang)، واللوغاريتمي (logit)، والتعدد اللوغاريتمي (multinominal logit)، والنوع الوصفي (deskriptif kualitatif)

وبناء على التحليل السابق الذكر، فقد تم الحصول على نتيجة أن تغيرات المعرفة لأموال الزكاة لها تأثير خاص، بينما لم تكن جميع المستويات العقائدية تؤثر في مبادرة اصحاب المشاريع الصغيرة تأثيرا كبيرا بآداء الزكاة التجارة، كما أن تغيرات

المستويات التعبدية لم تؤثرهم تأثيرا عظيما في مبادرة إخراج الزكاة التجارة. ونظرا إلى جهة الأداء للزكاة, فقد تم الحصول على نتيجة أن تغيرات معرفة الزكاة, والمستويات الاعتقادية, والمستويات التعبدية يؤثر كل ذلك أصحاب المشاريع الصغيرة في أداء زكاة تجارتهم عن طريق لجنة الزكاة.

وإن التوصية التي يمكن تقديمها للجامعي الزكاة يجب عليهم أن يحاولوا جتمعة زكاة التجارة نحو أصحاب المشاريع الصغيرة مع توريط العلماء والأساتذ بتنظيم هذه الوظيفة من خلال الأنشطة الدينية مثل التوعية والإرشاد والدورة والحلقة. ومن هنا يُرجى مزيد رغبة المسلمين ومبادرتهم ووعيهم لإخراج الزكاة.

كلمات رئيسية : مبادرة, أصحاب المشاريع الصغيرة, زكاة التجارة

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Pembatasan Masalah	7
1.6. Metode Penelitian.....	8
1.7. Sistematika Penulisan.....	9
2. DASAR TEORI.....	11
2.1. Konsep Dasar Zakat Perdagangan	11
2.2.1. Zakat Perdagangan.....	12
2.2.2. Pengertian Zakat Perdagangan	12
2.2.3. Dasar Hukum Zakat Perdagangan	12
2.2. Usaha Mikro	14
2.2.1. Pengertian dan Karakteristik Usaha Mikro	16
2.3. Potensi Zakat Pengusaha Mikro.....	18
2.4. Organisasi Pengelola Zakat	23
2.4.1. Organisasi Pengelola Zakat dan Permasalahannya.....	24
2.5. Preferensi dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengusaha Mikro Membayar Zakat Perdagangan	26
2.5.1. Preferensi.....	26
2.5.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pengusaha Mikro	27
2.5.2.1. Pengetahuan Zakat	28
2.5.2.2. Tingkat Keyakinan	31
2.5.2.3. Tingkat Ibadah	34
2.5.3. Sebab-sebab Pengusaha Mikro Berzakat atau Tidak	37
3. METODE PENELITIAN	40
3.1. Kerangka Pemikiran	40
3.2. Hipotesis	41
3.3. Metode Pelaksanaan Penelitian.....	42
3.3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	42
3.3.2. Operasional Variabel.....	42

3.3.3. Penentuan Populasi dan Sampel	44
3.4. Sumber Data	45
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	45
3.5.1. Rancangan Kuesioner	45
3.5.2. <i>Wording Pre-Test</i>	46
3.5.3. Pengolahan Data	47
3.6. Uji Validitas dan Realibilitas	48
3.6.1. Uji Validitas.....	48
3.6.2. Uji Reliabilitas	49
3.7. Metode Analisis	49
3.7.1. Analisis Deskriptif	50
3.7.2. Analisis Logit dan Multinomial Logit	50
4. ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEINGINAN DAN PREFERENSI PENGUSAHA MIKRO UNTUK BERZAKAT.....	58
4.1. Pengumpulan Data	58
4.2. Uji Validitas dan Realibilitas	58
4.2.1. Uji Validitas.....	59
4.2.2. Uji Reliabilitas	60
4.3. Analisis Deskriptif	61
4.3.1. Karakteristik Umum Responden.....	61
4.3.2. Karakteristik Usaha Responden.....	69
4.3.3. Karakteristik Dengan Membayar zakat.....	73
4.4. Analisis Logit.....	81
4.4.1. Hubungan Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Pengusaha Mikro Berzakat.....	82
4.4.2. Analisis Pengetahuan Zakat	87
4.4.3. Analisis Tingkat Keyakinan	90
4.4.4. Analisis Tingkat Ibadah	94
4.5. Analisis Multinomial Logit.....	97
4.5.1. Probabilitas Membayar Zakat Perdagangan ke BAZ/LAZ (Pembandingan).....	99
4.5.2. Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Pengusaha Mikro Berzakat Melalui Badan Amil Zakat.....	100
4.5.2.1. Pengetahuan Zakat	101
4.5.2.2. Tingkat Keyakinan	104
4.5.2.3. Tingkat Ibadah	106
4.5.2.4. Alasan Pengusaha Mikro Tidak Membayar Zakat Melalui BAZ/LAZ	108
5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	111
DAFTAR REFERENSI.....	112
LAMPIRAN.....	117

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Ragam Pengertian Umum Usaha Mikro	18
Tabel 3.1 Komponen Analisis	44
Tabel 3.2 Revisi Pertanyaan Kuesioner	47
Tabel 3.3 Kelompok Pengetahuan Zakat	51
Tabel 3.4 Kelompok Keyakinan	51
Tabel 3.5 Kelompok Tingkat Ibadah	52
Tabel 4.1. Sebaran Muatan Faktor	59
Tabel 4.2. Nilai MSA Pengetahuan Zakat	59
Tabel 4.3. Nilai MSA Tingkat Keyakinan	60
Tabel 4.4. Nilai MSA Tingkat Ibadah	60
Tabel 4.5. Hasil Pengujian Reliabilitas	60
Tabel 4.6. Usia Responden	62
Tabel 4.7. Pendidikan Responden	62
Tabel 4.8. Jenis Kelamin Responden	63
Tabel 4.9. Status Nikah Responden	64
Tabel 4.10. Status Nikah Menurut Jenis Kelamin Responden	64
Tabel 4.11. Jumlah Tanggungan Responden	65
Tabel 4.12. Jumlah Tanggungan Menurut Status Nikah Responden	65
Tabel 4.13. Asal Responden	66
Tabel 4.14. Modal Responden	66
Tabel 4.15. Jumlah Pekerja Responden	67
Tabel 4.16. Jumlah Pekerja Responden	67
Tabel 4.17. Lama Berdagang Responden	68
Tabel 4.18. Keuntungan Responden	69
Tabel 4.19. Modal Menurut Keuntungan Responden	69
Tabel 4.20. Jenis Dagangan Responden	70
Tabel 4.21. Modal Menurut Jenis Dagangan Responden	71
Tabel 4.22. Keuntungan Menurut Jenis Dagangan Responden	71
Tabel 4.23. Sarana Usaha	72
Tabel 4.24. Modal Menurut Sarana Usaha	73
Tabel 4.25. Keuntungan Menurut Sarana Usaha	73
Tabel 4.26. Pembayar Zakat Menurut Usia Responden	74
Tabel 4.27. Saluran Zakat Menurut Usia Responden	75
Tabel 4.28. Pembayar zakat menurut Pendidikan Responden	75
Tabel 4.29. Saluran Zakat Pendidikan Responden	75
Tabel 4.30. Pembayar Zakat menurut Jenis Kelamin Responden	76
Tabel 4.31. Saluran Zakat menurut Jenis Kelamin Responden	76
Tabel 4.32. Pembayar Zakat Menurut Status Nikah Responden	76
Tabel 4.33. Saluran Zakat Menurut Status Nikah Responden	77
Tabel 4.34. Pembayar Zakat Menurut Jumlah Tanggungan Responden	77
Tabel 4.35. Jumlah Tanggungan Responden	77
Tabel 4.36. Pembayar Zakat Menurut Asal Responden	78
Tabel 4.37. Saluran Zakat Menurut Asal Responden	78
Tabel 4.38. Alasan Menyalurkan Zakat Menurut Asal Responden	78
Tabel 4.39. Pembayar Zakat menurut Modal Responden	79

Tabel 4.40. Saluran Zakat menurut Modal Responden	79
Tabel 4.41. Pembayar Zakat Menurut Keuntungan Responden.....	80
Tabel 4.42. Saluran Zakat Menurut Keuntungan Responden	80
Tabel 4.43. Pembayar Zakat Menurut Jenis Dagangan Responden	81
Tabel 4.44. Saluran Zakat Menurut Jenis Dagangan Responden.....	81
Tabel 4.45. Variabel terikat untuk pembayaran zakat perdagangan	82
Tabel 4.46. Categorical Variable Coding	82
Tabel 4.47. Hubungan Pengetahuan Zakat dengan Keyakinan.....	83
Tabel 4.48. Hubungan Pengetahuan Zakat dengan Tingkat Ibadah.....	83
Tabel 4.49. Hubungan Keyakinan dengan Tingkat Ibadah.....	84
Tabel 4.50. Tabel uji seluruh model (Uji G) dengan <i>Chi Square</i>	84
Tabel 4.51. Tabel uji seluruh model (Uji G) dengan <i>Negellkerke R Square</i>	85
Tabel 4.52. Variabel dalam model	85
Tabel 4.53. Membayar Zakat Menurut Pengetahuan Zakat.....	89
Tabel 4.54. Pengetahuan Zakat Menurut Keuntungan	90
Tabel 4.55. Pengetahuan Zakat Menurut Tingkat Keyakinan.....	92
Tabel 4.56. Membayar Zakat Menurut Tingkat Keyakinan.....	95
Tabel 4.57. Membayar Zakat Menurut Tingkat Ibadah.....	97
Tabel 4.58. Model Fitting Information	98
Tabel 4.59. Hasil uji <i>likelihood test</i>	98
Tabel 4.60. Hasil Penaksiran Parameter	98
Tabel 4.61. Hasil Penaksiran Parameter	99
Tabel 4.62. Penyaluran Zakat menurut pengetahuan zakat	102
Tabel 4.63. Alasan menurut pengetahuan zakat.....	102
Tabel 4.64. Penyaluran Zakat menurut Tingkat Keyakinan	104
Tabel 4.65. Alasan menurut Tingkat Keyakinan.....	104
Tabel 4.66. Penyaluran Zakat menurut Tingkat Ibadah.....	106
Tabel 4.67. Alasan menurut Tingkat Ibadah.....	107
Tabel 4.68. Penyaluran Zakat menurut Tingkat Ibadah	106
Tabel 4.69. Alasan Tidak Membayar Zakat dengan Rutinitas Infaq dan Shadaqah	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Perkembangan Usaha Mikro Kecil Tahun 2005 - 2009	1
Gambar 1.2. Pola Penyaluran ZIS Menurut Penelitian PIRAC 2004.....	3
Gambar 2.1. Data Pekerja Usaha Mikro di Jakarta dari tahun 1996 - 2004	19
Gambar 3.1 Kerangka Teori.....	41
Gambar 3.2. Alur Proses Penelitian.....	57
Gambar 4.1. Usia Responden.....	61
Gambar 4.2. Pendidikan Responden.....	62
Gambar 4.3. Jenis Kelamin Responden	63
Gambar 4.4. Status Nikah Responden	63
Gambar 4.5. Jumlah Tanggungan Responden.....	64
Gambar 4.6. Asal Responden	65
Gambar 4.7. Modal Responden.....	66
Gambar 4.8. Jumlah Pekerja Responden	67
Gambar 4.9. Lama Berdagang Responden.....	68
Gambar 4.10. Keuntungan bersih Responden.....	69
Gambar 4.11. Jenis Dagangan Responden.....	70
Gambar 4.12. Sarana Usaha Responden	72

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. Kuesioner Tesis	108
LAMPIRAN 2. Uji Validitas	112
LAMPIRAN 3. Uji Reliabilitas.....	114
LAMPIRAN 4. Uji Logit dan Multinomial Logit	116
LAMPIRAN 5. Tabel Frekuensi dan Tabulasi Silang.....	119

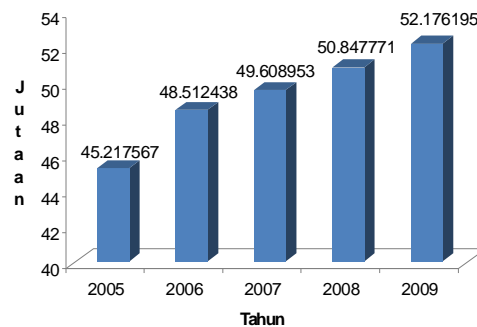
1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sebagai pusat pembangunan sektor formal, kota dipandang lebih menjanjikan bagi masyarakat desa. Kota seolah mempunyai kekuatan magis yang mampu menarik warga desa, sehingga terjadi perpindahan penduduk dari desa ke kota. Kondisi tersebut di atas dikenal dengan teori faktor pendorong (*push factor*) dan faktor penarik (*pull factor*) dalam urbanisasi. Akan tetapi kota tidak seperti apa yang diharapkan kaum migran. Jumlah tenaga kerja yang ada tidak bisa sepenuhnya ditampung sektor formal. Lapangan kerja formal yang tersedia mensyaratkan kemampuan dan latar belakang pendidikan tertentu yang sifatnya formal, sehingga tenaga kerja yang tidak tertampung dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya memilih sektor informal.

Salah satu sektor informal yang menjadi fakta di perkotaan adalah para pengusaha mikro yang terdiri dari pedagang rumahan, pedagang di pasar tradisional dan pedagang kaki lima. Dengan adanya keterbatasan lapangan kerja di sektor formal, menjadi pedagang skala kecil (mikro) menjadi pilihan yang termudah untuk bertahan hidup. Hal tersebut sesuai dengan ciri-ciri dari sektor informal yaitu mudah dimasuki, fleksibel dalam waktu dan tempat, bergantung pada sumber daya lokal dan skala usaha yang relatif kecil. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah bahwa sektor usaha mikro mengalami peningkatan setiap tahunnya sebesar 15,39 %. Berikut ini data pertumbuhan usaha mikro dari tahun 2005 sampai dengan tahun 2009.

Gambar 1.1. Perkembangan Usaha Mikro Kecil Tahun 2005 - 2009



Sumber : Kementerian Negara Koperasi dan UKM

Meningkatnya jumlah pengusaha mikro di kawasan perkotaan memberikan dampak ikutan yang menguntungkan (*positive spillovers*) seperti mengurangi beban pemerintah untuk menyediakan lapangan kerja, membantu proses daur ulang beberapa jenis sampah, menjadi alternatif terbaik bagi kelompok berdaya beli rendah, serta merupakan lumbung penerimaan zakat.

Berdasarkan data pemda DKI Jakarta, tahun 2009 jumlah usaha mikro sebanyak 102 ribu, usaha kecil sebanyak 702 ribu, dan usaha menengah sebanyak 154 ribu. (vivanews.com)

Fakta tersebut menjadi suatu yang perlu diperhatikan bagi para pengumpul zakat, karena semakin banyaknya pengusaha mikro maka akan semakin banyak pula zakat yang bisa di tarik, khususnya pengusaha mikro yang sudah mendapatkan keuntungan lebih, sedangkan bagi pengusaha mikro yang masih merugi serta kepada mereka yang membutuhkan modal lebih menjadi sarana untuk menyalurkan dana zakat tersebut sehingga sektor riil perekonomian Negara dapat tumbuh dan bergerak.

Zakat merupakan bagian dari sistem ekonomi Islam. Perintah zakat bertujuan untuk keseimbangan ekonomi, yang mampu menggerakkan seluruh potensi dan optimalisasi kekuatan ekonomi umat. Diwajibkannya zakat bukan sekadar ibadah. Dalam konteks ekonomi, zakat merupakan salah satu bentuk distribusi kekayaan (*tauzi'u al-tsarwah*) di antara manusia. Distribusi tanpa melalui transaksi ekonomi (Zayadi, 2009).

Mekanisme distribusi pendapatan dalam Islam dilekatkan kepada kewajiban orang kaya (*muzakki*) dengan insentif yang sangat besar, baik di dunia maupun di akhirat. Allah menjamin bahwa dengan membayar zakat (*sedekah*) tidak akan membuat orang miskin, bahkan hartanya di sisi Allah akan dilipatgandakan (QS 2: 276). Kepahaman masyarakat terhadap ajaran Islam akan mendorong pada mekanisme pembayaran zakat ini meskipun peran pemerintah sangatlah kecil.

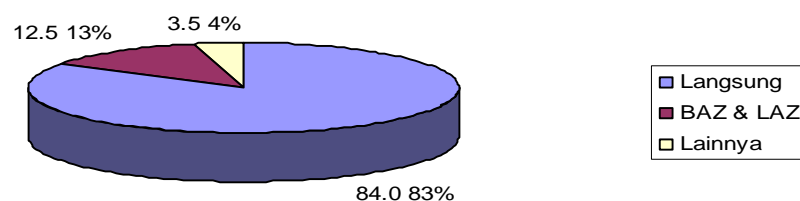
Zakat bukan sekadar realisasi kepedulian seorang Muslim terhadap orang miskin. Tapi, lebih dari itu, zakat ternyata memiliki fungsi yang sangat strategis dalam sistem ekonomi, yaitu sebagai salah satu instrumen distribusi kekayaan. Bukti bahwa zakat merupakan instrumen distribusi kekayaan yang

menyejahterakan rakyat tampak pada pemerintahan kekhalifahan Islam. Al-Qardhawi menyebutkan, pada era pemerintahan Khalifah Umar bin Khaththab selama 10 tahun di berbagai wilayah (provinsi) yang menerapkan Islam, kaum muslimin menikmati kemakmuran dan kesejahteraan. Buktinya, tidak ditemukan seorang miskin pun yang berhak mendapatkan zakat. Demikian pula pada masa pemerintahan Khalifah Umar bin Abdul Aziz. Ibnu Abdil Hakam dalam kitabnya, Sirah Umar bin Abdul Aziz, telah mengungkapkan bahwa semua rakyat pada waktu itu berkecukupan (Al-Qardhawi, 1993).

Namun, pada saat ini zakat belum mampu memberdayakan masyarakat, apalagi mengarahkan pada kesejahteraan. Padahal, potensi zakat di Indonesia luar biasa. Hasil penelitian *Center for the Study of Religion and Culture (CSRC)* UIN Syarif Hidayatullah Jakarta bersama *The Ford Foundation*, perkiraan dana ZIS sekitar 19,3 triliun rupiah per tahun, dalam bentuk barang Rp 5,1 triliun dan uang Rp 14,2 triliun. Jumlah dana sebesar itu, sepertiganya berasal dari zakat fitrah (Rp 6,2 triliun) dan sisanya zakat harta Rp 13,1 triliun (Abubakar, Irfan & Chaider S, 2006: 202).

Tahun 2004 hasil penelitian PIRAC bahwa pola kecenderungan penyaluran ZIS, 84% responden menyalurkannya melalui amil sekitar rumah atau langsung kepada yang berhak, melalui BAZ dan LAZ sekitar 12,5% (pada tahun 2000 hanya 6%) (Kurniawati, 2005: 68).

Gambar 1.2. Pola Penyaluran ZIS Menurut Penelitian PIRAC 2004



Sumber : PIRAC 2004

Penelitian PIRAC menyebutkan, potensi zakat Indonesia Rp 20 triliun per tahun, tapi belum seluruhnya terserap. Besarnya potensi zakat yang tidak diikuti

dengan pengaturan sistem ekonomi yang bersumber pada syariah tidak akan mampu mengembangkan potensi zakat sebagai upaya pemberdayaan ekonomi. Kesenjangan ekonomi terjadi. Di satu sisi, orang kaya menumpuk harta, di sisi lain, yang miskin semakin papa. Hal ini disebabkan sistem kapitalisme yang masih mendominasi. Sistem kapitalisme dalam pandangan Adam Smith mengacu pada motif manusia melakukan kegiatan ekonomi yang didasarkan pada dorongan kepentingan pribadi (Zayadi, 2009).

Potensi Zakat di Indonesia dengan melakukan perhitungan matematis sederhana, bisa sangat besar sebagaimana potensi zakat terlihat secara makro yang ada di Indonesia. Kita bisa menghitungnya dari jumlah angkatan kerja di Indonesia.

Jika Jumlah Penduduk Muslim adalah 87 % dari jumlah Angkatan Kerja 111,95 Juta Orang berarti ada 97,40 juta jiwa angkatan kerja. Menurut laporan penelitian IMZ 2011, terdapat 23.676.263 muzakki di seluruh Indonesia dengan jumlah kumulatif terbesar di Jawa Barat 4.721.101 orang, dan Jawa Timur 2.871.741 orang, DKI Jakarta 2.467.677 orang, Jawa Tengah 2.181.139 orang, Banten 1.324.908 orang, dan Sumatera Utara 1.094.889 orang. Sebagian besar (60,6 persen) muzakki adalah laki-laki; tetapi potensi perempuan tidak bisa diabaikan, yakni 39,4 persen. Penting dicatat, para muzakki ini sebagian besar berusia antara 25-59 tahun (26,1 persen berusia antara 25-34 tahun; 25 persen antara 35-44 tahun; dan 26,4 persen antara 45-59 tahun) (IMZ, 2011: 9).

Jumlah mustahik di seluruh Indonesia adalah 33.943.313 jiwa, angka yang tidak berbeda terlalu banyak dengan jumlah penduduk miskin dalam estimasi BPS (IMZ, 2011: 9). Tapi jika diasumsikan berdasarkan jumlah angkatan kerja muslim maka jumlah mustahik akan menjadi jauh lebih besar yaitu 97,40 juta – 23.676.263 = 73.723.737 jiwa.

Mengapa secara empiris zakat tidak mampu memiliki dampak ekonomi yang signifikan, masih terkalahkan oleh pajak. Ini tidak lain karena pelaksanaan zakat masih bersifat parsial, mulai dari aspek pemahaman, sosialisasi, dan penerapan kebijakan perzakatan. Jika zakat dipahami secara utuh dan dilaksanakan secara jamaah dalam suatu negara, maka zakat memiliki manfaat ekonomi yang cukup besar.

Jika masyarakat rasional dan sadar akan zakat, maka proses transformasi ekonomi dari sektor alam/primer menuju sektor perdagangan dan jasa akan terjadi dengan sendirinya. Kebijakan industrialisasi yang dewasa ini mendominasi negara berkembang tidaklah sepenuhnya bertentangan dengan Islam. Sistem ekonomi berbasis zakat mampu mendorong proses transformasi ekonomi ini sekaligus mempercepat proses distribusi pendapatan dan kesejahteraan sosial dalam masyarakat (Suseno, 2009).

Kenyataan di Indonesia saat ini, zakat yang diterima badan atau lembaga amil zakat tidak signifikan dengan jumlah penduduk Muslim. Kecilnya penerimaan zakat bukan hanya disebabkan oleh tingkat keimanan, pendidikan, serta rendahnya pengetahuan zakat masyarakat, tetapi juga disebabkan oleh rendahnya kepercayaan masyarakat terhadap lembaga tersebut. Dalam hal ini, masyarakat menjadi lebih condong menyalurkan zakat secara langsung kepada orang, yang menurut mereka, berhak menerimanya.

Dengan demikian, tujuan zakat sebagai dana pengembangan ekonomi tidak terwujud, tetapi tidak lebih hanya sebagai dana sumbangan konsumtif yang sifatnya sangat temporer. Sebagai contoh adalah pemberian zakat pada bulan Ramadan yang digunakan sebagai pemenuhan kebutuhan konsumsi si miskin pada hari raya, dan setelah hari raya, mereka kembali tidak tahu bagaimana cara memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sementara dalam konteks ekonomi Islam, melindungi kepentingan si miskin dengan memberikan tanggung jawab moral terhadap si kaya untuk memperhatikan si miskin. Islam mengakui sistem hak milik pribadi secara terbatas, setiap usaha apa saja yang mengarah ke penumpukan kekayaan tidak layak dalam tangan segelintir orang. Distribusi zakat seharusnya memberikan keutamaan dengan tujuan yang memungkinkan si miskin dapat menjalankan usaha, sehingga mampu mandiri.

Penggunaan dana zakat secara profesional akan memungkinkan si miskin mandiri dalam lingkungan sosio-ekonomi yang menggalakkan industri kecil-mikro dan kemudian akan berdampak mengurangi pengangguran, kemiskinan, dan kesenjangan sosial-ekonomi. Menurut ajaran Islam, pembayaran zakat bukan merupakan suatu bentuk kepemihakan kepada si miskin. Sebab, si kaya bukanlah pemilik riil kekayaan tersebut. Mereka hanya pembawa amanah. Si kaya harus

membelanjakan hartanya menurut persyaratan amanah dan yang paling penting salah satunya adalah masyarakat.

Dari kenyataan di atas penulis merasa tertantang untuk melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keinginan usaha mikro untuk menunaikan zakat perdagangan dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi orang untuk tidak membayar zakat perdagangan.

Oleh karena itu penulis mengambil judul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEINGINAN DAN PREFERENSI PENGUSAHA MIKRO UNTUK BERZAKAT”**

1.2 Perumusan Masalah

Disadari atau tidak meningkatnya keberadaan usaha mikro dalam masyarakat adalah suatu keuntungan bagi penerima zakat. Perkembangan usaha mikro saat ini membutuhkan penanganan yang lebih serius dari badan amil zakat. Dengan mempelajari perilaku dari usaha mikro maka dapat dikenali ciri-ciri dan karakteristiknya sehingga dapat dibuat perencanaan dan pendekatan yang sesuai dengan karakteristik pengusaha mikro sehingga pendekatan tersebut dapat diimplementasikan. Selain itu ada beberapa faktor lainnya yang secara signifikan dapat mempengaruhi preferensi pengusaha mikro dalam mengeluarkan zakat perdagangan antara lain; pengetahuan zakat, pendidikan, umur, pendapatan dan status pernikahan. Melalui UU No. 38/1999, Pemerintah bersama dengan badan Amil Zakat dapat melakukan penarikan dana zakat dari para pengusaha mikro tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut di atas dan dengan maksud memberikan sumbangan pemikiran bagi Pemerintah dan Badan Amil Zakat mengenai usaha mikro, maka peneliti melakukan studi terhadap lokasi usaha mikro di pasar-pasar dan jalan-jalan di lima wilayah Jakarta dan sekitarnya yang diambil secara acak dan random. Sehingga pertanyaan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah faktor-faktor yang mempengaruhi keinginan pengusaha mikro untuk membayar zakat perdagangan?
2. Bagaimana preferensi mereka dalam membayar zakat perdagangan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang dikemukakan di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui karakteristik pengusaha mikro di pasar–pasar dan jalan-jalan di Jakarta dan sekitarnya.
- b. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengusaha mikro dalam membayar zakat perdagangan.
- c. Untuk mengetahui preferensi pengusaha mikro dalam membayar zakat perdagangan.

1.4 Manfaat Penelitian

Untuk mencapai tujuan dan sasaran tersebut diatas, penulis juga mengharapkan adanya kegunaan dari penelitian yang dilakukan, antara lain:

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi para praktisi dan pengelola zakat
- b. Sebagai bahan referensi yang dapat memberikan suatu kontribusi pemikiran bagi peneliti lain yang ingin meneliti tentang zakat perdagangan.
- c. Diharapkan dapat memberi masukan terhadap Badan Amil Zakat dalam meningkatkan penerimaan zakat serta meningkatkan pengelolaannya.
- d. Diharapkan dapat dijadikan landasan acuan oleh pihak Badan Amil Zakat dalam membina para pengusaha mikro dalam memahami konsep tentang zakat perdagangan.
- e. Dapat memberikan masukan serta pengetahuan kepada masyarakat umum terutama masyarakat yang berminat untuk mengetahui preferensi pengusaha mikro untuk menunaikan zakat perdagangan.

1.5 Pembatasan Masalah

1.5.1 Pembatasan Substansial

Dengan adanya keterbatasan waktu, biaya dan tenaga, serta sesuai tujuan penelitian yang ingin dicapai maka penelitian ini dibatasi pada kajian sebagai berikut :

1. Karakteristik pengusaha mikro terdiri atas :
 - a. Karakteristik umum yang meliputi: umur, tingkat pendidikan, asal, lama berdagang, modal, dan penghasilan.
 - b. Karakteristik usaha yang meliputi: jenis dagangan dan lokasi usaha
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengusaha mikro dalam membayar zakat. Faktor-faktor disini adalah faktor internal, yang terdiri dari pengetahuan zakat, keyakinan dan tingkat ibadah. Kajian ini juga meliputi faktor eksternal, yang terdiri dari kondisi keluarga (status pernikahan) dan lingkungan dimana mereka berdagang.
3. Preferensi pengusaha mikro mengenai keinginan dalam membayar zakat

1.5.2 Pembatasan Spasial

Wilayah yang menjadi obyek penelitian ini adalah pedagang-pedagang rumahan, pedagang kaki lima dan pedagang pasar tradisional di Jakarta.

1.6 Metodologi Penelitian

1.6.1 Metode Pelaksanaan Penelitian

Metodologi penelitian merupakan suatu sistem untuk memecahkan suatu persoalan yang terdapat dalam suatu kegiatan penelitian, atau merupakan acuan pelaksanaan studi yang meliputi kebutuhan data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan penyajian data, dan teknik analisis yang digunakan.

Dalam penelitian ini dilakukan pengumpulan data terhadap obyek yang diteliti dalam rangka mendapatkan gambaran mengenai suatu keadaan atau permasalahan di kawasan penelitian. Data tersebut terdiri dari data primer dan data sekunder.

Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya/responden dengan cara menyebarkan kuesioner atau melakukan wawancara langsung dengan panduan kuesioner. Data-data yang ditanyakan berkaitan dengan sasaran dari penelitian ini, yaitu mengidentifikasi setiap karakteristik dari setiap obyek penelitian untuk mencapai tujuan penelitian.

Penyebaran kuesioner atau wawancara dilakukan terhadap sampel yang merupakan obyek dari penelitian, yaitu pengusaha mikro yang beraktivitas di

wilayah Jakarta. Yang dimaksud pengusaha mikro disini adalah pedagang kecil yang berjualan pada lokasi yang telah ditentukan penulis maupun yang diambil secara acak dan random baik di pasar-pasar maupun di jalan-jalan. Agar penelitian lebih akurat, maka sampel yang diambil sebanyak 150 responden atau lebih dengan menggunakan metode "*Convenience Sampling*". Pengambilan sampel dilaksanakan berkaitan dengan penyediaan data yang dibutuhkan sehingga penelitian yang akan dilakukan terhadap pengusaha mikro di Jakarta sangat banyak dan tidak semua pengusaha mikro mudah dimintai keterangannya, maka hanya pengusaha mikro yang dianggap mudah dimintai keterangan saja yang dijadikan sample.

Data sekunder dalam penelitian ini merupakan data yang diperoleh dari sumber lain, misalnya dengan menyalin atau mengutip data dalam bentuk yang sudah jadi. Data sekunder diperoleh dari referensi dan informasi yang didokumentasikan oleh kantor/dinas/instansi terkait.

1.6.2 Teknik Analisis

Teknik analisis data yang akan dipergunakan dalam penelitian ini adalah *deskriptif kuantitatif*. Teknik *analisis kuantitatif* yang dipergunakan dalam penelitian ini menggunakan tabel frekuensi, analisis *logit* dan analisis *multinomial logit*. Analisis *multinomial logit* bertujuan untuk melihat keterkaitan antar komponen penelitian.

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, sistematika penulisan yang dipergunakan adalah :

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan, manfaat penelitian, pembatasan masalah dan metodologi penelitian yang meliputi teknik pengumpulan data dan teknik analisis data serta sistematika penelitian.

BAB II : DASAR TEORI

Merupakan studi literatur yang berisi kajian teori yang akan digunakan untuk menguraikan dan menganalisis permasalahan

studi yang berhubungan dengan tema, pertanyaan penelitian dan tujuan penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Berisi gambaran umum mengenai faktor-faktor yang pengusaha mikro pengusaha mikro yaitu pengetahuan zakat, tingkat keyakinan, tingkat ibadah serta preferensinya dalam membayar zakat perdagangan.

BAB IV : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEINGINAN DAN PREFERENSI PENGUSAHA MIKRO UNTUK BERZAKAT

Pada bab ini berisi analisis yang akan dijabarkan secara terperinci. Analisis yang didapat dari pengolahan data sehingga dapat menjawab hipotesis yang diajukan dalam penelitian

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab ini berisi temuan penelitian yang kemudian dibuat kesimpulan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang dikemukakan sebelumnya. Dari kesimpulan tersebut dibuat rekomendasi yang ditujukan bagi Organisasi Pengelola Zakat yang berupa saran-saran dalam menetapkan kebijakan-kebijakan tentang pengaturan pengusaha mikro yang sesuai dengan preferensi pengusaha mikro dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

2. DASAR TEORI

Bab ini akan membahas mengenai konsep zakat perdagangan, usaha mikro, organisasi pengelola zakat serta teori dari metode yang akan digunakan.

2.1 Konsep Dasar Zakat Perdagangan

Pada bagian ini akan dibahas mengenai konsep dasar zakat perdagangan, ayat-ayat Al Quran dan hadist-hadist yang terkait serta bagaimana operasional dari zakat perdagangan.

Sedangkan dari Ijma', Ummat Islam telah sepakat bahwa zakat itu merupakan salah satu rukun Islam (Al Jaziri : Juz I/502). Zakat merupakan salah satu kewajiban yang telah diakui umat islam secara ijma', dan telah begitu terkenal yang menyebabkannya menjadi suatu keharusan agama, hingga bila seorang mengingkari wajibnya, berarti ia keluar dari agama Islam dan boleh dibunuh dalam keadaan kafir. Kecuali ia baru saja kenal kepada agama Islam, maka diberi maaf karena tidak mengetahui hokum-hukum agama. Adapun orang yang tidak mengeluarkannya, tetapi masih mengakui bahwa ia wajib, ia memikul dosa disebabkan keengganannya itu tanpa mengeluarkannya dari Islam (Sabiq : Juz I/239)

Secara umum, zakat dikenakan atas tiga ukuran, yaitu (1) volume produksi (2) pendapatan atau keuntungan (3) nilai kekayaan. Misalnya zakat atas barang temuan, pertanian dan peternakan dihitung atas volume produksi setiap periode, sedangkan zakat atas perdagangan dihitung atas pendapatan bersih dan zakat atas emas, perak dihitung atas unit simpanan kekayaan (Suseno, 2009).

2.1.1 Zakat Perdagangan

Dewasa ini perkembangan perdagangan semakin cepat khususnya di daerah perkotaan. Meningkatnya jumlah pengusaha mikro di kawasan perkotaan memberikan dampak ikutan yang menguntungkan salah satunya adalah meningkatnya penerimaan zakat dari sektor perdagangan.

2.1.2 Pengertian Zakat Perdagangan

Barang dagangan adalah semua produk yang dipersiapkan untuk diperjualbelikan dalam rangka memperoleh laba, baik besar maupun kecil, banyak maupun sedikit, uang maupun properti. Sedangkan Zakat Perdagangan adalah zakat yang dikeluarkan atas kepemilikan harta yang diperuntukkan untuk jual-beli, baik yang diusahakan secara perorangan maupun perserikatan.

Barang dagangan yang dimaksud adalah yang bukan emas dan perak, baik yang dicetak, seperti uang Pound dan Riyal, maupun yang tidak di cetak, seperti perhiasan wanita. Tiga Imam Madzhab sepakat bahwa emas dan perak mutlak tidak termasuk barang dagangan. Malikiyah tidak sependapat dalam masalah (emas/perak) yang tidak dicetak. Menurut mereka, bila emas dan perak itu tidak dicetak, maka keduanya termasuk barang dagangan, bukan lagi sejenis uang emas/perak. Maka barang dagangan seperti kain, besi dan lain sebagainya wajib dizakati. Barangsiapa memiliki dagangan wajib mengeluarkan zakatnya, yaitu 2,5 %. (Al Jaziri : Juz I/514)

2.1.3 Dasar Hukum Zakat Perdagangan

Wajibnya zakat aktivitas perdagangan atau perniagaan di antaranya firman Allah SWT:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan dari padanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya, melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Mahakaya lagi Maha Terpuji.” (QS. Al-Baqarah : 267)

Mujahid mengatakan: “Ayat ini diturunkan mengenai masalah perdagangan/tijarah”. (Qardhawi: 1993: 315)

Rasulullah saw memerintahkan kepada para pedagang untuk membayar zakatnya. Diriwayatkan dari Samrah bin Jundub, ia berkata,

قَالَ أَمَا بَعْدُ فَإِنَّ رَسُولَ اللَّهِ كَانَ يَأْمُرُنَا أَنْ نُخْرِجَ الصَّدَقَةَ مِنَ الَّذِي نُعَدُّ لِلْبَيْعِ

“Nabi Shallallahu ‘alaihi wa sallam memerintahkan kami untuk mengeluarkan sedekah (zakat) dari barang yang kami sediakan untuk perniagaan” (HR. Abu Daud no. 1587, Baihaqi 4/141-147)

Dari Abu Dzar, Sabda Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wa sallam :

قَالَ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ يَقُولُ فِي الْإِبِلِ صَدَقَتُهَا وَفِي الْعِثْمِ صَدَقَتُهَا وَفِي الْبَقَرِ صَدَقَتُهَا
وَفِي الْبُرِّ صَدَقَتُهُ

“Unta ada zakatnya, kambing ada zakatnya, sapi ada zakatnya, dan pada kain yang diperdagangkan juga ada zakatnya”. (HR. Ahmad, Al-Hakim, Al-Baihaqi, dan Ibnu Syaibah di dalam Mushannafnya)

Dari Abi ‘Amr bin Himas dari bapaknya:

قال : مَرَّ بِي عُمَرُ فَقَالَ يَا حِمَّاسُ أَدَّ زَكَاةَ مَالِكَ فَقُلْتُ : مَالِي مَالٌ إِلَّا جِعَابٌ وَ أَدُم !
فَقَالَ : قَوْمَهَا قِيَمَةٌ ثُمَّ أَدَّ زَكَاتَهَا

“Pada suatu hari Umar melewatiku, lalu berkata: “Hai Himas tunaikan zakat hartamu!”. Aku menjawab: “Aku tidak punya harta kecuali kulit dan tempat panah”. Umar berkata: “Taksirlah nilainya lalu tunaikanlah zakat!” (HR. Syafi’I, 1/236, Daruqutni no. 213, dan Baihaqi 4/147)

Dari Abdurrahman bin Abdul Qari’:

قَالَ : كُنْتُ عَلَى بَيْتِ الْمَالِ زَمَانَ عُمَرَ بْنِ الْخَطَّابِ فَكَانَ إِذَا خَرَجَ الْعَطَاءُ جَمَعَ
أَمْوَالَ التُّجَّارِ ثُمَّ حَسَبَهَا غَائِبَهَا وَ شَاهَدَهَا ثُمَّ أَخَذَ الزَّكَاةَ مِنْ شَاهِدِ الْمَالِ عَنِ الْغَائِبِ
وَالشَّاهِدِ

“Aku adalah bendahara baitul maal pada masa Umar bin Khattab, maka jika beliau mengeluarkan pemberian, beliau mengumpulkan harta para pedagang, kemudian menghitung baik yang pedagangnya sedang bepergian, maupun yang muqim lalu mengambil zakat tersebut “. (HR. Ibnu Hazm dalam Qardhawi, 1993: 318)

Syaikh Muhammad Rasyid Ridla berkata: “Jumhur ulama’ Islam menyatakan wajibnya zakat barang perniagaan, namun tidak didapatkan keterangan yang tegas dari Al-Kitab dan As-Sunnah, hanya dijumpai beberapa riwayat yang saling menguatkan, dan dengan pertimbangan berdasarkan nash, yaitu barang perniagaan yang diperedarkan untuk mendapatkan keuntungan sebagaimana halnya seperti mata uang yang tidak ada bedanya dengan uang mas dan perak yang menjadi harga atau nilai barang perniagaan tersebut. Kecuali bahwa nisab barang itu berubah dan bolak balik di antara harga, yaitu mata uang dan yang dihargai yaitu barang. (Sabiq, I/247)

Seandainya zakat perniagaan itu tidak wajib, tentu semua atau sebagian besar orang dapat memperdagangkan uang mereka dan selalu mencari jalan agar nishab uang emas dan perak itu tidak pernah menjalani satu tahun sehingga tidak ada harta yang mereka miliki.

Maka akan masuk di akal jika para pedagang baik kecil maupun besar yang terkadang sebagian harta besar kekayaan bangsa ditangan mereka akan berada diluar dan tidak termasuk dalam seluruh maksud dari tujuan agama.

2.2 Usaha Mikro

Usaha Mikro merupakan salah satu bagian dari sector informal yang tidak terpisahkan. Sektor informal digagas pertama kali oleh seorang antropolog asal Inggris yaitu Keith Hart, dalam tulisannya yang diterbitkan tahun 1971, setelah melakukan penelitian kegiatan penduduk di kota Accra dan Nima, Ghana. Istilah tersebut digunakan untuk menjelaskan sejumlah aktivitas tenaga kerja yang berada diluar pasar tenaga kerja formal yang terorganisir. Dikatakan “diluar pasar” karena sektor ini termasuk kelompok yang tidak permanen atau tidak ada jaminan tentang keberlangsungan pekerjaan yang dimilikinya Kelompok informal

menggunakan teknologi produksi yang sederhana dan padat karya, tingkat pendidikan dan ketrampilan terbatas dan dilakukan oleh anggota keluarga.

Istilah sektor informal semakin populer setelah ILO (*International Labour Organization*) melakukan penelitian di Kenya dan kemudian melanjutkan penelitiannya tersebut ke negara-negara berkembang lainnya. Pada penelitian tersebut istilah sektor informal dipergunakan sebagai pendekatan untuk membedakan tenaga kerja yang tergolong dalam dua kelompok yang berlainan sifatnya (Manning dan Effendi, 1996: 75).

Studi mendalam tentang sektor informal di Indonesia dilakukan oleh Hans Dieter-Evers, yang menganalogikan sektor ini sebagai bentuk ekonomi bayangan dengan negara. Ekonomi bayangan digambarkan sebagai berbagai kegiatan ekonomi yang tidak mengikuti aturan-aturan yang dikeluarkan pemerintah. Kegiatan ekonomi bayangan ini merupakan bentuk kegiatan ekonomi yang bergerak dalam unit-unit kecil sehingga bisa dipandang efisien dalam memberikan pelayanan. Dilihat dari sisi sifat produksinya, kegiatan ini bersifat subsisten yang bernilai ekonomis dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari, khususnya bagi masyarakat yang ada di lingkungan sektor informal (Rachbini dan Hamid, 1994: 3).

Menurut Todaro (1998: 322) ciri-ciri sektor informal disebutkan sebagai berikut:

1. Sebagian besar memiliki produksi yang berskala kecil (mikro), aktifitas-aktifitas jasa dimiliki oleh perorangan atau keluarga, dan dengan menggunakan teknologi yang sederhana.
2. Umumnya para pekerja bekerja sendiri dan sedikit yang memiliki pendidikan formal.
3. Produktifitas pekerja dan penghasilannya cenderung lebih rendah daripada di sektor formal.
4. Para pekerja di sektor informal tidak dapat menikmati perlindungan seperti yang didapat dari sektor formal dalam bentuk jaminan kelangsungan kerja, kondisi kerja yang layak dan jaminan pensiun.
5. Kebanyakan pekerja yang memasuki sektor informal adalah pendatang baru dari desa yang tidak mendapatkan kesempatan untuk bekerja di sektor

formal. Motivasi mereka biasanya untuk mendapatkan penghasilan yang bertujuan hanya untuk dapat bertahan hidup dan bukannya untuk mendapatkan keuntungan, dan hanya mengandalkan pada sumber daya yang ada pada mereka untuk menciptakan pekerjaan.

6. Mereka berupaya agar sebanyak mungkin anggota keluarga mereka ikut berperan serta dalam kegiatan yang mendatangkan penghasilan dan meskipun begitu mereka bekerja dengan waktu yang panjang.
7. Kebanyakan diantara mereka menempati gubuk-gubuk yang mereka buat sendiri di kawasan kumuh (*slum area*) dan permukiman liar (*schelter*) yang umumnya kurang tersentuh pelayanan jasa seperti listrik, air, transportasi serta jasa-jasa kesehatan dan pendidikan.

Dari sisi jenis pekerjaannya. Sektor Informal pada umumnya, menurut Todaro (1998: 322) bekerja pada bidang-bidang kerja kecil-kecilan, mulai dari pedagang keliling, pedagang asongan di jalanan dan di trotoar, penulisan papan nama, jasa pengasahan pisau, pelacuran, jual beli obat-obatan hingga ke pertunjukan tari ular. Sedangkan yang memiliki keterampilan khusus akan mencari nafkah sebagai mekanik, tukang kayu, artis kecil-kecilan, tukang cukur dan pembantu pribadi keluarga kaya.

Berdasarkan barang atau jasa yang diperdagangkan, menurut Karafi dalam Hariningsih dan Simatupang (2008), pedagang kaki lima dapat dikelompokkan sebagai berikut : 1). Pedagang minuman; 2). Pedagang makanan; 3). Pedagang buah-buahan; 4). Pedagang sayur-sayuran; 5). Pedagang daging dan ikan; 6). Pedagang rokok dan obat-obatan; 7). Pedagang buku, majalah dan surat kabar; 8). Pedagang tekstil dan pakaian; 9). Pedagang kelontong; 10). Pedagang loak; 11). Pedagang onderdil kendaraan, bensin dan minyak tanah; 12). Pedagang ayam, kambing, burung dan 13). Pedagang beras serta; 14). Penjual jasa.

2.2.1 Pengertian dan Karakteristik Usaha Mikro

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Sedangkan kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Sedangkan Usaha Mikro sebagaimana dimaksud menurut Keputusan Menteri Keuangan No.40/KMK.06/2003 tanggal 29 Januari 2003, yaitu usaha produktif milik keluarga atau perorangan Warga Negara Indonesia dan memiliki hasil penjualan paling banyak Rp.100.000.000,00 (seratus juta rupiah) per tahun. Usaha Mikro dapat mengajukan kredit kepada bank paling banyak Rp.50.000.000,-. Ciri-ciri usaha mikro :

1. Jenis barang/komoditi usahanya tidak selalu tetap, sewaktu-waktu dapat berganti;
2. Tempat usahanya tidak selalu menetap, sewaktu-waktu dapat pindah tempat;
3. Belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana sekalipun, dan tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha;
4. Sumber daya manusianya (pengusahanya) belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai;
5. Tingkat pendidikan rata-rata relatif sangat rendah;
6. Umumnya belum akses kepada perbankan, namun sebagian dari mereka sudah akses ke lembaga keuangan non bank.
7. Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP.

Usaha mikro merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Selain itu, usaha mikro adalah salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat, tanpa mengabaikan peranan usaha besar dan badan usaha milik pemerintah.

Usaha mikro menurut Departemen Tenaga Kerja (Depnaker) adalah usaha yang memiliki kurang dari 5 orang tenaga kerja. Hal yang sama juga didefinisikan oleh Bank Indonesia (BI) dan Badan Pusat Statistik (BPS) yang mendefinisikan usaha mikro sebagai usaha yang memiliki tenaga kerja 1-4 orang.

Tabel 2.1
Ragam Pengertian Umum Usaha Mikro

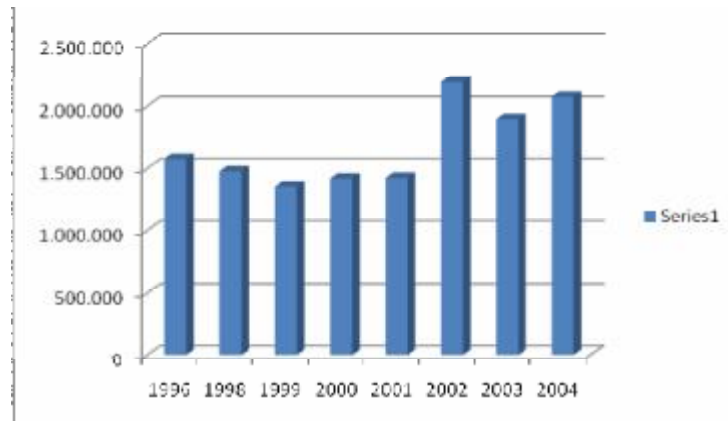
Lembaga	Pengertian Umum
UU. No. 20/ 2008 Tentang UMKM	Aset \leq Rp 50.000.000 Omzet \leq Rp 300.000.000 per tahun
BPS	Pekerja < 5 orang
Depnaker	Pekerja < 5 orang
Bank Indonesia	Usaha mikro adalah usaha yang dijalankan oleh rakyat miskin atau dekat miskin, bersifat usaha keluarga, menggunakan sumber daya lokal, menerapkan teknologi sederhana, dan mudah keluar masuk industri. Pekerja < 5 orang
Bank Dunia	Pekerja < 10 orang Aset < \$ 3 juta Omzet < \$ 3 juta per tahun
Keputusan Menteri Keuangan No. 40/ KMK. 06/ 2003	Omzet \leq Rp 100.000.000 per tahun Pinjaman ke bank \leq Rp 50.000.000
Kementrian Negara Koperasi dan UMKM	Usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan dan memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300 juta.

Sumber: Dari berbagai sumber

2.3 Potensi Zakat Pengusaha Mikro

Potensi zakat, infaq dan shadaqah di DKI Jakarta dinilai sangat besar hingga Rp3 triliun, namun potensi itu belum tergali maksimal. Sebagai perbandingan, Badan Amil Zakat, Infaq dan Shadaqah (BAZIS) Provinsi DKI Jakarta hanya berani menargetkan pendapatan zakat, infaq dan shadaqah (ZIS) sebanyak Rp35 miliar untuk tahun 2009 (Republika.co.id).

Gambar 2.1. Data Pekerja Usaha Mikro di Jakarta dari tahun 1996 - 2004



Sumber: Badan Pusat Statistik

Berdasarkan data pemda DKI Jakarta, tahun 2009 jumlah usaha mikro sebanyak 102 ribu, usaha kecil sebanyak 702 ribu, dan usaha menengah sebanyak 154 ribu (Vivanews.com). Menurut laporan penelitian IMZ 2011 bahwa jumlah muzakki di DKI Jakarta 2.467.677 orang, tapi apakah penelitian tersebut sudah termasuk pengusaha mikro, jika hal tersebut belum termasuk maka potensinya akan semakin besar.

Zakat merupakan konsep ajaran Islam yang mengandung nilai perbaikan ekonomi umat dalam memerangi kemiskinan. Sebagai ajaran agama yang mengandung dimensi perbaikan ekonomi, pengelolaan zakat juga diarahkan untuk manfaat strategis yang dikenal dengan zakat produktif. Kalau di zaman Rasulullah, bantuan usaha dari dana zakat diberikan langsung dari pengelola kepada mustahiknya melalui baitul maal, maka di Indonesia dimana zakat dikelola lembaga non-pemerintah seperti Badan Amil Zakat (BAZ), Lembaga Amil Zakat (LAZ) atau pun Rumah Zakat, maka optimalisasi manfaat ke arah manfaat strategis sudah tentu terletak di tangan lembaga-lembaga tersebut (Riswani, 2009).

Konsep manfaat zakat strategis ini, didasarkan, pertama pada apa yang sudah dilakukan Rasulullah, dimana dana zakat salah satunya diperuntukan bagi pengembangan ekonomi sahabat-sahabatnya. Dalam hadist riwayat Imam Muslim dari Salim bin Umar dari ayahnya, bahwa Rasulullah telah memberikan kepadanya zakat lalu menyuruhnya untuk dikembangkan atau disedekahkan lagi. Salim pun mengelolanya sampai ia mampu bersedekah dari usahanya itu (Karim, 2001). Kedua, apa yang sudah dilakukan oleh Muadz bin Jabal ketika diutus

Khalifah Umar ke Yaman, beliau hanya menghabiskan waktu sekitar 11 tahun untuk mengubah perekonomian masyarakat negeri itu sampai pada kesejahteraan. Indikasinya masyarakat di sana tidak ada lagi yang berhak menerima zakat. ketika ia datang ke Madinah dengan membawa harta zakat, ia sempat mendapat protes dari Umar r.a. “Aku tidak mengutusmu sebagai penarik zakat Yaman untuk dibawa ke Madinah”. Muadz Menjawab, “Aku tidak lagi mendapati penduduk Yaman yang menjadi mustahik (Johari, 2008).

Berbeda dengan konsep sosialisme yang mengandalkan peran pemerintah dalam distribusi ekonomi, Islam telah menciptakan suatu instrumen built-in dalam distribusi, yaitu zakat. Mekanisme pasar yang berjalan secara sempurna sekalipun tidak akan mampu memecahkan masalah distribusi. Allah Maha Mengetahui dan Dia telah mewajibkan kepada setiap orang yang mampu untuk membagikan sebagian pendapatannya kepada orang lain yang membutuhkan (mustahiq). Lebih dari itu, jika zakat ini mampu dilakukan secara berjamaah, maka perubahan dan transformasi ekonomi menuju ekonomi produktif dan merata. (Suseno, 2009)

Dalam kurun waktu yang begitu lama, umat Islam memiliki persepsi bahwa ajaran zakat tidak lebih dari sekadar ibadah ritual yang terpisah dari konteks sosial. Pandangan dogmatis ritualistis ini menjadikan ajaran zakat a-sosial dan teralienasi dari fungsi dasar yang diembannya (Mas’udi, 1993:38), sehingga dibutuhkan suatu formulasi yang tepat dan berkesinambungan dalam memperbaharui serta mengaktualisasikan potensi zakat di tengah-tengah masyarakat agar setiap masyarakat dapat langsung merasakan implikasinya dalam kehidupan sosial ekonomi mereka, baik sekarang dan masa yang akan datang.

Pengalaman sejarah seharusnya telah membentuk sebuah sistem dan kerangka sosial ekonomi syariah masyarakat yang kuat dan tangguh. Pada kenyataannya terjadi sebaliknya, negara-negara Islam khususnya Indonesia justru mengalami ketergantungan yang tinggi terhadap sistem dan pola yang ditawarkan system ekonomi konvensional. Sehingga kemudian terjadi proses pendiktean oleh negara dan lembaga donor dan ketidakmampuan untuk lepas dari jerat krisis. Padahal solusi penyelesaiannya sebenarnya tergantung kemampuan untuk bisa lepas dari jerat krisis dan membangun fundamental ekonomi yang lebih mandiri. (Mas’udi, 1993:38)

Ilustrasi di atas memberikan gambaran betapa potensi ekonomi zakat sangat membantu sekali umat dalam pemberdayaan ekonomi rakyat, terjadinya keadilan pendapatan terutama modal usaha bagi wirausaha. (Mas'udi, 1993:38)

Kemiskinan menjamur bagi bangsa ini, terutama selepas dari krisis ekonomi dan moneter, jika tidak ada penanganan yang serius dari para ekonom baik muslim dan non-muslim ekonomi umat tidak akan dapat mengalami perubahan yang signifikan. Kondisi ini pada tahun 2003 ternyata semakin parah. Beban hidup rakyat semakin berat menyusul kebijakan pengetatan dan penghematan pengeluaran negara. (Hafiduddin, 2006)

Dr. KH. Didin Hafiduddin, MS.c menjelaskan sebagai umat yang mayoritas di negara yang sama-sama kita cintai ini, kita memiliki kewajiban untuk menggali potensi yang kita miliki, yang bersumber pada kekuatan ajaran Islam dan kekuatan umat itu sendiri. Salah satunya adalah zakat, infak, dan shadaqah. Walaupun tidak mungkin mampu menyelesaikan masalah kesejahteraan secara tuntas, akan tetapi bila ZIS ini dikelola dengan baik, amanah, dan profesional dalam pengambilan maupun pendistribusiannya, maka setidaknya ini akan mampu meminimalisir atau mengeliminir berbagai hal yang berkaitan dengan kemiskinan.

Zakat adalah ibadah *maaliyah ijtimaiyah* yang memiliki posisi yang penting, strategis dan menentukan baik dari sisi ajaran maupun dari sisi pembangunan kesejahteraan umat. Sebagai suatu ibadah pokok, zakat termasuk salah satu rukun dari rukun Islam yang lima, sebagaimana diungkapkan dalam berbagai hadist Nabi, sehingga keberadaannya dianggap *ma'lum min addien biad-dlaurah* atau diketahui secara otomatis adanya dan merupakan bagian mutlak dari ke-Islaman seseorang (Hafiduddin, 2002).

Ajaran Islam memberikan peringatan dan ancaman yang keras terhadap yang enggan mengeluarkan zakat. Di akhirat kelak, harta benda yang disimpan dan ditumpuk tanpa dikeluarkan zakatnya akan berubah menjadi adzab bagi pemiliknya, Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْأَحْبَارِ وَالرُّهْبَانِ لَيَأْكُلُونَ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ
وَيَصُدُّونَ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ وَالَّذِينَ يَكْنِزُونَ الذَّهَبَ وَالْفِضَّةَ وَلَا يَنْفِقُونَهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ

فَبَشِّرْهُمْ بِعَذَابٍ أَلِيمٍ . يَوْمَ يُحْمَىٰ عَلَيْهَا فِي نَارِ جَهَنَّمَ فَتُكْوَىٰ بِهَا جِبَاهُهُمْ وَجُنُوبُهُمْ
وَوُجُوهُهُمْ هَذَا مَا كَنْزْتُمْ لَأَنْفُسِكُمْ فَذُوقُوا مَا كُنْتُمْ تَكْنُزُونَ

”Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya sebahagian besar dari orang-orang alim Yahudi dan rahib-rahib Nasrani benar-benar memakan harta orang dengan jalan batil dan mereka menghalang-halangi (manusia) dari jalan Allah. Dan orang-orang yang menyimpan emas dan perak dan tidak menafkahkannya pada jalan Allah, maka beritahukanlah kepada mereka, (bahwa mereka akan mendapat) siksa yang pedih, pada hari dipanaskan emas perak itu dalam neraka jahannam, lalu dibakar dengannya dahi mereka, lambung dan punggung mereka (lalu dikatakan) kepada mereka: "Inilah harta bendamu yang kamu simpan untuk dirimu sendiri, maka rasakanlah sekarang (akibat dari) apa yang kamu simpan itu” (QS.At Taubah : 34-35).

Sementara dalam kehidupan dunia sekarang orang yang enggan berzakat, menurut beberapa buah hadist Nabi, harta bendanya akan hancur dan jika keengganan ini memassal, Allah SWT akan menurunkan berbagai adzab seperti musim kemarau yang panjang. Atas Dasar itu, sahabat Abdullah bin Masud menyatakan bahwa orang-orang yang beriman diperintahkan untuk menegakkan shalat dan mengeluarkan zakat Siapa yang tidak berzakat, tidak ada sholat baginya. Rasulullah SAW. pernah menghukum Tsa’labah yang enggan berzakat dengan isolasi yang berkepanjangan. Tak ada seorang sahabatpun yang mau berhubungan dengannya, meski hanya sekedar bertegur sapa. Khalifah Abu Bakar Shiddiq bertekad akan memerangi orang-orang yang mau sholat tetapi enggan berzakat (Qardhawi, 1993: 80). Ketegasan sikap ini menunjukkan bahwa perbuatan meninggalkan zakat adalah suatu kedurhakaan, dan bila hal ini dibiarkan, maka akan memunculkan pelbagai kedurhakaan dan kemaksitan yang lain (Muttaqin,1997: 2).

Zakat juga dapat berperan dalam program pemberdayaan ekonomi masyarakat yang merupakan upaya kegiatan yang diarahkan untuk memperbesar akses pendapatan ekonomi masyarakat dalam mencapai kondisi sosial-budaya terutama ekonomi yang lebih baik, sehingga masyarakat diharapkan menjadi lebih

mandiri dengan kualitas kehidupan dan kesejahteraan yang lebih baik pula. Konsep dasar pemberdayaan zakat dapat memberi peluang bagi para pengusaha mikro untuk mendapatkan pelayanan, dan mengembangkan potensi ekonomi yang mereka miliki.

Pengembangan ekonomi melalui usaha mikro merupakan suatu yang tidak dapat dipisahkan dari pengembangan ekonomi umat Islam. Dengan demikian, pemberdayaan dana zakat merupakan salah satu komponen dalam ekonomi umat Islam sebagai bagian dari pengembangan ekonomi kerakyatan yang digalakkan pemerintah Indonesia.

Hal lain yang perlu diperhatikan dalam pengembangan ekonomi kerakyatan yaitu semakin berperannya lembaga ekonomi Islam, khususnya Lembaga Pengelolaan Zakat dalam pemberdayaan ekonomi kerakyatan terutama wirausahawan. Lembaga Pengelola Zakat mempunyai kewajiban moral dalam menciptakan ekonomi kerakyatan yang kuat, sebab 87% masyarakat Indonesia beragama Islam. Dengan sendirinya, apabila ekonomi kerakyatan semakin kuat maka ekonomi umat Islam akan mengalami hal yang sama.

2.4 Organisasi Pengelola Zakat

Sejak dahulu Organisasi Pengelola Zakat sebenarnya sudah ada hanya pengelolaannya masih bersifat terbatas, tradisional, dan individual, misalnya pesantren, masjid, yayasan Islam, dan lain sebagainya. Perkembangan pengelolaan zakat di Indonesia terlihat sangat menggembirakan sekitar lima belas tahun terakhir ini dan pengelolaannya sudah memasuki memasuki era baru. Salah satu indikatornya yaitu dengan munculnya badan-badan dan lembaga-lembaga amil zakat baru yang menggunakan pendekatan-pendekatan baru yang berbeda dengan sebelumnya yaitu dengan menerapkan profesionalisme serta manajemen modern.

Pada tahun 1999, pengelolaan zakat mulai memasuki level negara, setelah sebelumnya hanya berkuat pada tataran masyarakat. Hal tersebut ditandai dengan disahkannya Undang-undang (UU) No 38/1999 tentang Pengelolaan Zakat. UU inilah yang menjadi landasan legal formal pelaksanaan zakat di Indonesia.

Dalam upaya pengumpulan zakat, pemerintah telah mengukuhkan Badan Amil Zakat (BAZ), yaitu, lembaga pengelola zakat yang dibentuk oleh

pemerintah, yang personalia pengurusnya terdiri atas ulama, cendekiawan, profesional, tokoh masyarakat, dan unsur pemerintah, dan Lembaga Amil Zakat (LAZ), yaitu, lembaga pengelola zakat yang dibentuk oleh masyarakat, yang pengukuhanannya dilakukan oleh pemerintah bila telah memenuhi persyaratan tertentu. Lembaga-lembaga ini ditugaskan sebagai lembaga yang mengelola, mengumpulkan, penyaluran, dan memberdayakan para penerima zakat dari dana zakat. Peran pemerintah tidak mungkin dapat diandalkan sepenuhnya dalam mewujudkan kesejahteraan, karena itulah diperlukan peran dari lembaga-lembaga tersebut. Khusus di Jakarta, pada tahun 2001 sudah ada tujuh Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) yang sudah dikukuhkan oleh pemerintah yaitu; Dompot Dhuafa Republika, Yayasan Amanah Tafakul, Rumah Zakat Indonesia, Pos Keadilan Peduli Ummah, Lazis Muhammadiyah, Baitulmaal Muamalat, Hidayatullah, Persatuan Islam, dan Bamuis BNI. Disamping LAZ tersebut, pemerintah juga membentuk suatu OPZ pemerintah di Jakarta, yaitu, Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) (Tulus, 2003: 253)

2.4.1 Organisasi Pengelola Zakat dan Permasalahannya

Pengelolaan zakat di Indonesia hingga kini belum memberikan hasil yang optimal. Pengumpulan maupun pemberdayaan dana zakat masih belum mampu memberikan pengaruh terlalu besar bagi terwujudnya kesejahteraan masyarakat. Padahal, pengelolaan zakat telah ditopang oleh sebuah perangkat hukum yaitu UU No 38 tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat.

Banyak kendala dan hambatan yang dialami oleh Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) untuk menggalang dana zakat dari masyarakat. selain faktor internal lembaga, beberapa penelitian juga menunjukkan adanya faktor eksternal yang mempengaruhi kecilnya kepercayaan masyarakat terhadap OPZ. Hambatan-hambatan tersebut antara lain: (1) terbatasnya pengetahuan masyarakat yang berkaitan dengan ibadah zakat; (2) konsepsi zakat yang masih dirasa terlalu sederhana dan tradisional. Hingga akhirnya dalam pelaksanaannya pun masih sangat sederhana, yaitu cukup dibagikan langsung sendiri kepada lingkungannya atau kepada kyai yang disenangi; (3) sifat manusia yang kikir. Sehingga jika kekayaan itu diperoleh atas jerih payah dalam memeras otak, keringat dan

kemampuannya sendiri, sehingga makin beratlah orang tersebut untuk mengeluarkan zakatnya; (4) pembenturan kepentingan; (6) kepercayaan muzaki, dimana banyak muzaki yang masih khawatir zakat yang diserahkan hanya dipergunakan oleh amilnya (Kurniawati, 2005: 23).

Dari hasil survey PIRAC (*Public Interest Research and Advocacy Center*) tahun 2000, sebagian besar para wajib zakat (donatur/muzakki) masih lebih suka menyalurkan zakatnya melalui petugas zakat/amil zakat di sekitar rumah atau langsung ke penerima (94%), hanya sedikit para wajib zakat (muzaki) yang menyalurkan zakatnya melalui lembaga resmi, seperti BAZIS atau LAZ (6%) (Kurniawati, 2005: 7).

Dalam bahan lain juga dijelaskan tentang kendala dan hambatan yang sering ditemukan dalam pengelolaan zakat antara lain karena; *pertama*, secara umum pemahaman umat Islam tentang zakat masih sangat minim dibanding pemahaman mereka tentang shalat, puasa, dan kewajiban syariat lainnya. *Kedua*, Konsep fikih zakat yang dipahami masyarakat dan dipelajari masyarakat tidak lagi sesuai dengan kondisi sosio-kultural dan perekonomian bangsa. Misalnya saja tentang zakat perusahaan dan zakat profesi, sehingga banyak sumber dana yang belum tergali. *Ketiga*, Perbenturan kepentingan antarorganisasi pengelola zakat yang menimbulkan kekhawatiran terjadinya persaingan secara tidak sehat, perasaan akan lahannya terganggu dan lain sebagainya. Akibatnya, organisasi-organisasi itu terkesan berjalan sendiri-sendiri. *Keempat*, kurangnya kepercayaan masyarakat kepada lembaga pengelola zakat karena dipandang belum amanah. Akhirnya sebagian masyarakat masih menggunakan pola tradisional, yakni memberikan zakat langsung kepada ulama dan tokoh masyarakat lainnya untuk kemudian didistribusikan kepada umat. *Kelima*, belum adanya dukungan politik secara penuh dari pemerintah. Dukungan pemerintah terhadap lembaga pengelola zakat selama ini dinilai masih setengah-setengah. Padahal tanpa dukungan tersebut, zakat tidak akan pernah menjadi gejala objektif masyarakat yang bersifat nasional. Oleh sebab itu Organisasi Pengelola Zakat harus berusaha sendiri untuk menarik masyarakat agar menyalurkan zakat mereka melalui lembaga resmi. Dan *keenam*, masih adanya kelemahan dalam aspek SDM pengelola zakat (Republika.co.id).

Banyaknya masyarakat yang belum memahami akan manfaat zakat, termasuk fiqh zakat merupakan salah satu penghambat dalam merealisasikan potensi zakat tersebut karena budaya zakat, infaq, sadaqah, dan waqaf belum sepenuhnya menjadi *trend* atau kecenderungan kebanyakan masyarakat, terutama di kota-kota besar yang sudah terjangkiti penyakit konsumerisme.

Pada tataran kultural, pola berpikir dalam mengelola dana zakat masih dipengaruhi oleh tradisi lama, sehingga pemanfaatan dana zakat tersebut masih ditujukan untuk santunan dan mengatasi keadaan darurat semata. Sejauh ini pengelolaan zakat yang dilaksanakan oleh masyarakat hanya bertujuan sebatas memenuhi kebutuhan mendasar dan sesaat (konsumtif). Jadi masih banyak masyarakat yang menyalurkan dana zakat mereka dengan cara lama/tradisional atau melalui penyalur yang kurang profesional dalam mengelola dana zakat tersebut (Sari, 2010).

2.5 Preferensi dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengusaha Mikro Membayar Zakat Perdagangan

2.5.1 Preferensi

Preferensi berasal dari bahasa Inggris “ *preference* “ yaitu *the selecting of someone or something over another or others, the right or chance to so choose, someone or something so chosen* yang berarti pilihan seseorang atau sesuatu atas yang lain atau orang lain, hak atau kesempatan untuk memilih, seseorang atau sesuatu yang dipilih (Soukhanove, 1992: 1428). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008: 1100), preferensi dapat juga diartikan sebagai (hak untuk) didahulukan dan diutamakan daripada yang lain, pilihan, kecenderungan, kesukaan.

Preferensi konsumen adalah pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk (barang atau jasa) yang dikonsumsi. Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada (Kotler, 1997).

Sehubungan dengan penelitian ini, maka preferensi dapat diartikan sebagai pilihan yang lebih disukai oleh subjek (Pengusaha mikro) terhadap suatu objek (membayar zakat perdagangan).

2.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pengusaha Mikro

Kotler (2005: 202-219) menyatakan bahwa ada empat faktor-faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis.

1. Faktor budaya. Kebudayaan merupakan hal yang kompleks yang meliputi ilmu pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, adat, kebiasaan, dan norma-norma yang berlaku pada masyarakat. Zakat merupakan salah satu budaya dalam Islam. Zakat juga merupakan karakter yang penting dalam Islam yang membedakannya dari agama yang lain. Membayar zakat adalah ibadah wajib serta kebiasaan yang berlaku dalam Islam, sehingga dalam menjalankan ibadah harus disertai dengan ilmu pengetahuan.
2. Faktor sosial. Faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status sosial terdiri dari semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap pendirian atau perilaku seseorang ditempat orang tersebut berinteraksi.
Zakat merupakan ibadah sosial. Dari perspektif sosiologi, zakat bertujuan memperkuat kohesi sosial, oleh karena zakat berpotensi meneguhkan hubungan di antara Muslim melalui praktik filantropi orang kaya terhadap orang miskin (Abidin dan Kurniawati, 2008: 3). Oleh karena itu, pengetahuan zakat diperlukan untuk meningkatkan kesadaran sosial masyarakat sehingga otomatis meninggikan derajatnya baik dihadapan Allah maupun dihadapan manusia lainnya.
3. Faktor pribadi. Keputusan seseorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, yaitu usia pembeli dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomis, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep pribadi pembeli. Kepribadian dapat mempengaruhi perilaku membayar zakat. Kepribadian adalah karakteristik psikologis unik seseorang yang menghasilkan tanggapan-tanggapan yang relatif konsisten dan menetap terhadap lingkungannya. Kepribadian biasanya dijelaskan dengan menggunakan ciri-ciri seperti kepercayaan diri (keyakinan), dominasi, ketaatan (tingkat ibadah), kemampuan bersosialisasi, daya tahan, dan kemampuan beradaptasi.
4. Faktor psikologis. Pilihan pembeli seseorang dipengaruhi lagi oleh empat

faktor psikologis utama, yaitu: motivasi, persepsi, pengetahuan, serta kepercayaan dan pendirian. Kepercayaan/keyakinan akan membentuk citra zakat, serta orang akan bertindak berdasarkan citra zakat tersebut. Sedangkan sikap akan mengarahkan seseorang untuk berperilaku yang relatif konsisten terhadap objek-objek yang sama.

Sehubungan dengan penelitian ini, maka faktor-faktor yang mempengaruhi pengusaha dalam berzakat yaitu pengetahuan zakat, keyakinan dan tingkat ibadah.

2.5.2.1 Pengetahuan Zakat

Para pengusaha mikro yang terangsang keinginannya untuk membayar zakat tergantung oleh tingkat pengetahuan zakatnya. Meningkatnya pengetahuan zakat seseorang tergantung dari tingkat pembelajaran seseorang terhadap zakat. Kotler (2005: 217) menyatakan pembelajaran meliputi perubahan perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman. Sebagian besar perilaku manusia adalah hasil belajar. Ahli Teori pembelajaran yakin bahwa pembelajaran dihasilkan melalui perpaduan kerja antara pendorong, rangsangan, isyarat bertindak, tanggapan dan penguatan. Pendorong (*drives*) adalah rangsangan internal yang kuat yang mendorong tindakan. Isyarat (*cues*) adalah rangsangan kecil yang menentukan kapan, di mana, dan bagaimana tanggapan seseorang.

Semakin baiknya pengetahuan zakat pengusaha mikro dapat meningkatkan kesadaran mereka dalam membayar zakat yang menjadi pendorong yang kuat dan motivasi serta kontribusi yang positif bagi penerimaan zakat.

Salah satu sebab belum berfungsinya zakat sebagai instrumen pemerataan dan belum terkumpulnya zakat secara optimal di lembaga-lembaga pengumpul zakat, karena pengetahuan masyarakat terhadap harta yang wajib dikeluarkan zakatnya masih terbatas pada sumber-sumber konvensional yang secara jelas dinyatakan dalam Al Quran dan hadist dengan persyaratan tertentu. Apalagi bila dikaitkan dengan kegiatan ekonomi yang terus berkembang dari waktu ke waktu (Hafiduddin, 2002: 2).

Ada beberapa indikator untuk mengetahui pengetahuan zakat pengusaha mikro, antara lain:

1. Tahu atau tidak zakat perdagangan.

Nilai perbuatan seseorang ditentukan dengan ilmu, sehingga antara perbuatan orang yang berilmu dengan perbuatan orang yang tidak berilmu akan berbeda nilainya di sisi Allah. Allah berfirman: "Katakanlah (hai Muhammad), "Apakah sama orang yang mengetahui dengan orang yang tidak mengetahui..." (Az-Zumar: 9).

2. Pengetahuan tentang perlu atau tidaknya zakat perdagangan

Dalam perspektif ajaran Islam, ilmu pengetahuan adalah sesuatu yang sangat berharga yang menentukan kualitas seseorang atau suatu bangsa. Suatu bangsa akan menjadi bangsa yang maju, modern, dan ber peradaban, manakala masyarakatnya mencintai ilmu, antara lain, ditandai dengan kebiasaan bertanya dan menulis. Betapa pentingnya suatu pertanyaan untuk membuka ilmu pengetahuan, sampai-sampai Rasulullah SAW menyatakan, *"Ilmu itu ibarat harta yang terpendam, dan kunci untuk menggalinya adalah kesediaan untuk bertanya. Karena itu, bertanyalah kamu sekalian hal-hal yang tidak kamu ketahui. Sesungguhnya dalam proses tanya jawab akan diberikan pahala oleh Allah pada empat kelompok, yaitu: orang yang bertanya, orang yang menjawab, orang yang mendengarkan, dan orang yang mencintai mereka."* (HR Abu Nu'aim dari Ali bin Abi Thalib).

3. Pengetahuan tentang hukum zakat perdagangan

Zakat merupakan salah satu dari rukun Islam yang lima dan termasuk dari pondasi Islam yang agung. Maka hukumnya adalah wajib bagi setiap muslim yang telah memenuhi persyaratan untuk mengetahui hukumnya. Dasarnya adalah dari Al Qur'an, As Sunnah dan Ijma'.

Firman Allah Ta'ala: "Padahal mereka tidak disuruh kecuali supaya menyembah Allah dengan memurnikan ketaatan kepadaNya dalam (menjalankan) agama dengan lurus dan supaya mereka mendirikan shalat dan menunaikan zakat dan yang demikian itulah agama yang lurus." (Al-Bayyinah :5)

Sabda Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam: "Islam dibangun di atas lima dasar, bersaksi bahwa tidak ada sembahyan yang berhak disembah kecuali Allah dan Muhammad Shallallahu 'alaihi wa sallam adalah hamba dan

utusanNya, menegakkan sholat, menunaikan zakat, menunaikan haji ke Baitullah dan berpuasa di bulan Ramadhan." (HR. Muslim)

4. Pengetahuan tentang Besaran zakat perdagangan

Zakat merupakan ibadah wajib yang sudah ada tuntunannya sehingga jika seseorang atau sekelompok orang mengerjakan ibadah khusus seperti shalat dengan menambah-nambah sesuatu yang baru yang tidak ada contohnya atau mengurangi sesuatu yang telah ditetapkan, maka dianggap melakukan perbuatan bid'ah yang menyesatkan. Seperti halnya shalat, Rasulullah bersabda, "*Shalatlah kalian sebagaimana kalian melihat aku shalat*". maka jika seseorang menambah-nambah atau mengurangi jumlah rakaat dalam shalat selain dari yang sudah ditetapkan oleh syariat maka hal tersebut menyesatkan. Begitu pula dengan zakat maka barang siapa menambah atau mengurangi besaran dan ukuran zakat selain dari yang sudah ditetapkan Allah dan Rasulnya maka hal tersebut adalah kesesatan. Sebagaimana dinyatakan dalam HR Imam Bukhori dan Muslim dari Siti Aisyah, Rasulullah bersabda, "*Barangsiapa yang membuat hal-hal yang baru dalam urusan ibadahku ini, maka hukumnya tertolak*". Semoga kita semua terus-menerus mau belajar menambah ilmu pengetahuan, sehingga terhindar dari pekerjaan dan ibadah yang dianggap sia-sia dan ditolak oleh Allah SWT, dan membahayakan kehidupan kaum Muslimin secara luas.

5. Tujuan diperintahkannya zakat perdagangan

Orang yang berkesempatan mencari ilmu dan mengetahui tujuan dari ilmu tersebut, tetapi tidak mau memanfaatkannya, sehingga ia tetap berada dalam kebodohnya, dianggap orang yang paling akan merugi kelak kemudian hari. Hal ini sebagaimana dinyatakan dalam hadis Rasulullah SAW riwayat Ibn Assakir dari Anas bin Malik. Terlebih lagi ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan ibadah-ibadah (khusus) yang kita lakukan dalam rangka melaksanakan kewajiban kita pada Allah SWT, seperti shalat, puasa, dan ibadah haji. Karena ibadahnya orang yang bodoh (sama sekali tidak memiliki pengetahuan terhadap apa yang dikerjakannya) bukan saja tidak hanya akan ditolak oleh Allah SWT, tetapi juga dianggap sebagai penyakit agama yang sangat berbahaya.

2.5.2.2 Keyakinan Terhadap Manfaat Zakat

Keyakinan (*belief*) adalah gambaran pemikiran yang dianut seseorang tentang gambaran sesuatu. Keyakinan orang tentang produk atau merek mempengaruhi keputusan pembelian mereka (Kotler, 2005: 218). Jika zakat perdagangan dianalogikan sebagai suatu produk dan pengusaha mikro sebagai konsumen maka keyakinan pengusaha mikro tentang zakat perdagangan mempengaruhi keputusannya dalam membayar zakat perdagangan.

Yang tak kalah pentingnya dengan keyakinan adalah sikap. Sikap (*attitude*) adalah evaluasi, perasaan emosi, dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama pada seseorang terhadap objek atau gagasan tertentu. Orang memiliki sikap terhadap hampir semua hal: Agama, politik, pakaian, musik dan makanan. Sikap menempatkan semua itu ke dalam kerangka pemikiran yang menyukai atau tidak menyukai objek tertentu, yang bergerak mendekati atau menjauhi objek tersebut. Sikap sangat sulit berubah. Sikap seseorang membentuk pola yang konsisten: Untuk mengubah sikap tertentu mungkin mengharuskan penyesuaian sikap-sikap lain secara besar-besaran (Kotler, 2005: 219).

Seorang individu dalam kehidupan bermasyarakat juga memerlukan motivasi untuk menjalani hidupnya, motivasi sendiri juga dapat mempengaruhi seseorang individu dalam membayar zakat. Motivasi ini pula yang membangun seseorang untuk membayar zakat. Motivasi adalah suatu kebutuhan yang secara cukup dirangsang untuk membuat seseorang mencari keputusan atas kebutuhannya. Beberapa indikator yang dapat meningkatkan motivasi yang pada akhirnya akan meningkatkan pula keyakinan seseorang akan manfaat zakat, sehingga tumbuh kesadaran untuk menyalurkan zakat, diantaranya:

1. Mengetahui tujuan diperintahkan zakat

Menurut M.A. Mannan, secara umum fungsi zakat meliputi bidang moral, sosial dan ekonomi. Dalam bidang moral, zakat mengikis ketamakan dan keserakahan hati si kaya. Sedangkan dalam bidang sosial, zakat berfungsi untuk menghapuskan kemiskinan dari masyarakat. Di bidang ekonomi, zakat mencegah penumpukan kekayaan di tangan sebagian kecil manusia dan merupakan sumbangan wajib kaum muslimin untuk perbendaharaan

negara.(Mannan, 1997)

Keyakinan terhadap tujuan diperintahkan zakat akan memberikan kesadaran kepada seseorang bahwa apa yang dia berikan dari sebagian hartanya tidak akan sia-sia, tapi akan memberikan manfaat bagi dirinya dan orang lain.

2. Allah melipat gandakan harta orang yang berzakat.

Keyakinan terhadap janji Allah yang akan melipat gandakan hartanya jika seseorang berzakat dapat menjadi motivasi seseorang untuk membayar zakat. Allah berfirman, “Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. Dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha Mengetahui.“ (QS. Al Baqarah : 261). Zakat juga tidak akan mengurangi harta kita, karena Rasulullah SAW bersabda, “Tidaklah zakat itu mengurangi harta.” (HR. Bukhori)

Hubungan antara infak dan hari akhirat adalah erat sekali karena sebagaimana diketahui, seseorang tak akan mendapat pertolongan apa pun dan dari siapa pun pada hari akhirat itu, kecuali dari hasil amalnya sendiri selagi ia masih di dunia, antara lain amalnya yang berupa infak di jalan Allah. Betapa mujurnya orang yang suka menafkahkan hartanya di jalan Allah oleh ayat ini dilukiskan sebagai berikut: bahwa orang tersebut adalah seperti seorang yang menyemaikan sebutir benih di tanah yang subur. Benih yang sebutir itu menumbuhkan sebatang pohon dan pohon itu bercabang tujuh, setiap cabang menghasilkan setangkai buah dan setiap tangkai berisi seratus biji sehingga benih yang sebutir itu memberikan hasil sebanyak 700 butir. Ini berarti tujuh ratus kali lipat. Bayangkanlah betapa banyak hasilnya apabila benih yang ditanamnya itu lebih dari sebutir.

Selain kebaikan di dunia Allah juga memberikan kebaikan di akhirat berupa pahala dan surga bagi orang yang membayar zakat. Firman Allah SWT, “Sesungguhnya Allah telah membeli dari orang-orang mukmin diri dan harta mereka dengan memberikan surga untuk mereka.” (QS. At Taubah: 111), “Maka orang-orang yang beriman di antara kamu dan menafkahkan

(sebagian) dari hartanya memperoleh pahala yang besar.” (QS. Al Hadiid : 7)

3. Allah akan berikan ketentraman dalam hidupnya

Memahami tingkat keterlibatan pengusaha mikro terhadap zakat perdagangan berarti juga berusaha mengidentifikasi perilaku yang menyebabkan seseorang merasa terlibat atau tidak dalam pembayaran zakat. Sehingga diperlukan motivasi, Motivasi individu merupakan faktor yang terpenting dalam memulai dan mengatur kegiatan-kegiatannya. Kegiatan yang serasi dengan motif-motif seseorang adalah menyenangkan dan mendatangkan kepuasan batin sedang kegiatan lain dapat saja menjengkelkan atau menimbulkan frustrasi.

Allah berfirman, “Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.” (QS At Taubah : 103)

Menunaian zakat berarti juga membersihkan harta benda yang tinggal sebab pada harta benda seseorang ada hak orang lain, yaitu orang-orang yang oleh agama Islam telah ditentukan sebagai orang-orang yang berhak menerima zakat. Selama zakat itu belum dibayarkan oleh pemilik harta tersebut, maka selama itu pula harta bendanya tetap bercampur dengan hak orang lain yang haram untuk dimakannya. Akan tetapi, bila ia mengeluarkan zakat dari hartanya itu, maka bersihlah harta tersebut dari hak orang lain. Juga terkandung suatu pengertian, bahwa menunaikan zakat itu akan menyebabkan timbulnya keberkatan pada harta yang masih tinggal, sehingga ia tumbuh dan berkembang biak. Sebaliknya bila zakat itu tidak dikeluarkan, maka harta benda seseorang tidak akan memperoleh keberkatan dan tidak akan berkembang biak dengan baik, bahkan kemungkinan akan ditimpa malapetaka dan menyusut sehingga lenyap sama sekali dari tangan pemiliknya sebagai hukuman Allah swt. terhadap pemiliknya.

Selanjutnya dalam ayat ini Allah swt. memerintahkan kepada Rasulullah dan juga kepada setiap pemimpin dan penguasa dalam masyarakat agar setelah melakukan pemungutan dan pembagian zakat itu, mereka berdoa

kepada Allah bagi keselamatan dan kebahagiaan pembayar zakat karena doa tersebut akan menenangkan jiwa mereka, dan akan menenteramkan hati mereka, serta menimbulkan kepercayaan dalam hati mereka bahwa Allah swt. benar-benar telah menerima tobat mereka.

Keyakinan tersebut harus dikembangkan sebab dengan keyakinan yang kuat maka akan terbentuk sikap, hal tersebut bukan hanya tugas para ulama, ustadz, kyai, pengelola zakat tapi seluruh umat muslim yang sudah merasakan manfaat zakat, sehingga apa yang mereka tawarkan adalah benar-benar memberi manfaat bagi dirinya dan orang lain. Hal ini memang sangat perlu dilakukan karena tidak semua pengusaha mikro yang mengetahui dan tidak semua yang membayar zakat.

2.5.2.3 Tingkat Ibadah

Pelaksanaan ibadah merupakan suatu hal yang pribadi. Tingkat ibadah seseorang dapat juga dipengaruhi oleh kepribadian orang tersebut. Setiap pengusaha mikro mempunyai kepribadian yang berbeda-beda, dan seringkali kepribadian menjadi salah satu faktor dalam memutuskan seseorang dalam membayar dan menyalurkan zakatnya.

Kepribadian adalah ciri bawaan psikologi manusia (*human psychological traits*) yang terberbedakan yang menghasilkan tanggapan yang relative konsisten dan bertahan lama terhadap rangsangan lingkungannya (Kotler, 2005: 213). Kepribadian dapat menjadi indikator yang sangat berguna dalam menganalisis pilihan membayar zakat perdagangan.

Baik atau tidaknya ibadah seseorang dalam islam bukan hanya dilihat dari penampilan sehari-hari, tapi bagaimana seseorang tersebut menjalankan rutinitas ibadahnya sehingga ibadah yang dilakukan dapat menjadi cermin tingkah lakunya. Ibadah tersebut antara lain:

1. Shalat 5 waktu

Pelaksanaan kewajiban zakat ini sangatlah penting, bahkan Allah sering mengaitkannya dengan kewajiban melaksanakan sholat. Di dalam Al Quran terdapat dua puluh tujuh ayat (Qardhawi, 1993: 42) yang menyejajarkan kewajiban shalat dengan kewajiban zakat dalam berbagai

bentuk kata. Di dalam Al Quran terdapat pula berbagai ayat yang memuji orang-orang yang secara sungguh-sungguh menunaikannya (QS. At Taubah ayat 5 dan 11). Dan sebaliknya memberikan ancaman bagi orang yang sengaja meninggalkan (QS. At Taubah ayat 34-35) (Hafiduddin, 2002: 1-2). Penjelasan tersebut menegaskan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara tingkat ibadah seseorang khususnya shalat dengan zakat.

Dalam penafsiran Muhammad Abduh, penggabungan antara sholat dan zakat menunjukkan peran penting keduanya dalam kehidupan manusia. Dengan sholat setiap muslim diharapkan memiliki jiwa yang bersih dan suci dari perbuatan keji dan kotor. Sedangkan dengan zakat, umat Islam diharapkan menjadi masyarakat yang kokoh dan berpadu dalam segala bidang.

2. Puasa di bulan Ramadhan

Puasa Ramadhan adalah suatu kewajiban yang jelas yang termaktub dalam Kitabullah, Sunnah Rasul-Nya dan ijma' kaum muslimin. Puasa Ramadhan merupakan salah satu rukun islam yang wajib ditegakkan oleh kaum muslim yang telah baligh.

Shaum (puasa) yang disyari'atkan dan difardhukan oleh Allah kepada hamba-hamba-Nya mempunyai hikmah dan manfaat yang banyak sekali. Di antara hikmah puasa adalah bahwasanya puasa itu merupakan ibadah yang bisa digunakan seorang hamba untuk bertaqarrub kepada Allah dengan meninggalkan kesenangan-kesenangan dunianya seperti makan, minum dan menggauli istri dalam rangka untuk mendapatkan ridha Rabbnya dan keberuntungan di kampung kemuliaan (yaitu kampung akhirat).

Dengan puasa ini jelas bahwa seorang hamba akan lebih mementingkan kehendak Rabbnya daripada kesenangan-kesenangan pribadinya. Lebih cinta kampung akhirat daripada kehidupan dunia. Hikmah puasa yang lain adalah bahwa puasa adalah sarana untuk meningkatkan derajat takwa (tingkat ibadah) apabila seseorang melakukannya dengan sesungguhnya (sesuai dengan syari'at). Allah Ta'ala berfirman yang artinya: "Hai orang-orang yang beriman, diwajibkan atas kalian berpuasa sebagaimana diwajibkan atas orang-orang sebelum kalian agar kalian

bertakwa.” (QS Al-Baqarah:183)

Hikmah puasa yang lainnya adalah seorang kaya akan mengetahui nilai nikmat Allah dengan kekayaannya itu di mana Allah telah memudahkan baginya untuk mendapatkan apa yang diinginkannya, seperti makan, minum dan menikah serta apa saja yang dibolehkan oleh Allah secara syar’i. Allah telah memudahkan baginya untuk itu. Maka dengan begitu ia akan bersyukur kepada Rabbnya atas karunia nikmat ini dan mengingat saudaranya yang miskin, yang ternyata tidak dimudahkan untuk mendapatkannya. Dengan begitu ia akan berderma kepadanya dalam bentuk shadaqah dan perbuatan yang baik lainnya.

3. Membaca Al Quran

Merupakan suatu kewajiban bagi seorang muslim untuk selalu berinteraksi aktif dengan Al Qur`an, dan menjadikannya sebagai sumber inspirasi, berpikir dan bertindak. Membaca Al Qura’an merupakan amalan terbaik dan merupakan indikator ibadah seorang muslim, Rasulullah pernah bersabda, *“Permisalan seorang muslim yang membaca Al-Qur’an bagaikan buah jeruk, baunya wangi dan rasanya lezat, sedangkan orang mukmin yang tidak membaca al-Qur’an bagaikan buah kurma yang tidak ada baunya dan rasanya manis. Permisalan orang munafik yang membaca Al-Qur’an bagaikan kemangi yang baunya wangi rasanya pahit, sedangkan orang munafik yang tidak membaca al-Qur’an bagaikan labu yang tidak ada wanginya dan rasanya pahit.”* (HR. Bukhari dan Muslim)

4. Shalat Sunnah dan Puasa Sunnah

Setiap kewajiban memiliki satu nafilah (sunnah) yang mempertahankan keberadaannya serta menyempurnakan kekurangannya. Shalat lima waktu misalnya, memiliki shalat-shalat sunnah, baik sebelum maupun sesudahnya. Demikian juga dengan zakat, yang memiliki shadaqah sunnah. Haji dan umrah merupakan hal yang wajib dikerjakan sekali seumur hidup, sedangkan selebihnya adalah sunnah. Puasa wajib dikerjakan pada bulan Ramadhan, sedangkan puasa sunnah banyak sekali, di antaranya puasa sunnah yang tidak pasti, seperti puasa bagi orang yang tidak mampu menikah.

Puasa sunnah dapat digunakan oleh seorang hamba untuk

mendekatkan diri kepada Rabb-nya, karena membiasakan diri berpuasa setelah Ramadhan merupakan tanda diterimanya amal perbuatan, insya Allah. Hal ini karena Allah Jalla wa Ala jika menerima amal seorang muslim, maka Dia akan memberikan petunjuk kepadanya untuk mengerjakan amal shalih setelahnya. Puasa sunnah merupakan janji seorang muslim kepada Rabb-nya, bahwa musim ketaatan itu akan terus berlangsung dan bahwasanya kehidupan ini secara keseluruhan adalah ibadah. Dengan demikian, puasa itu tidak berakhir dengan berakhirnya bulan Ramadhan, tetapi puasa itu terus disyari'atkan sepanjang tahun. Mahabentar Allah Yang Mahaagung ketika berfirman: "Katakanlah, Sesungguhnya shalatku, sembelihanku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah" (QS. Al-An'aam: 162). Puasa sunnah menjadi sebab timbulnya kecintaan Allah Subhanahu wa Ta'ala kepada hamba-Nya serta pengabulan do'anya, penghapusan kesalahan-kesalahannya, pelipatgandaan kebaikan-kebaikannya, peninggian derajatnya, serta keberuntungannya mendapatkan Surga kenikmatan.

2.5.3 Sebab-sebab Pengusaha Mikro Berzakat atau Tidak

Pilihan pengusaha mikro dalam berzakat atau tidak menurut Kotler (2005: 215) dipengaruhi oleh empat faktor psikologi utama yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap.

Solomon (2007), menyatakan bahwa "*Motivation refers to the processes that cause people to behave as they do. It occurs when a need is aroused that the consumer wishes to satisfy. Once a need has been activated, a state of tension exists that drives the consumer to attempt to reduce or eliminate the need*". Dapat diartikan bahwa, Motivasi adalah proses yang menyebabkan orang untuk berperilaku seperti yang lainnya. Hal ini terjadi ketika suatu kebutuhan dipicu oleh keinginan untuk memuaskan konsumen. Setelah kebutuhan telah diaktifkan, ketidaknyamanan akan mendorong konsumen berusaha mengurangi atau menghilangkan kebutuhan.

Pengusaha mikro memiliki banyak kebutuhan pada waktu tertentu. Beberapa kebutuhan bersifat *biogenis*; kebutuhan tersebut muncul dari tekanan biologis seperti lapar, haus dan tidak nyaman. Kebutuhan yang lain bersifat

psikogenis; kebutuhan itu muncul dari tekanan psikologis seperti kebutuhan akan pengakuan, penghargaan atau rasa keanggotaan kelompok. Kebutuhan akan menjadi motif jika ia didorong hingga mencapai level intensitas yang memadai. Motif adalah kebutuhan yang memadai untuk mendorong seseorang untuk bertindak (Kotler, 2005).

Salah satu hal yang memotivasi seseorang dalam berzakat adalah karena adanya pengakuan dari Allah serta banyaknya penghargaan dan ganjaran yang diberikan Allah baik di dunia maupun di akhirat. Allah berfirman dalam surah Al Baqarah ayat 261, “Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. Dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha Mengetahui.”. Dan dari hadits Rasulullah bahwa beliau bersabda, "*Harta tidak akan berkurang karena sedekah dan tidaklah Allah menambah bagi hamba yang pemaaf kecuali kemuliaan, dan tidaklah seorang yang berlaku tawadhu karena Allah melainkan Dia akan meninggikannya*" (HR. Muslim).

Oleh karena itu, pengusaha mikro yang termotivasi akan siap bertindak. Bagaimana tindakan sebenarnya pengusaha mikro yang termotivasi akan dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi tertentu. Persepsi adalah proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasikan masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti (Kotler, 2005: 216).

Ketika pengusaha mikro bertindak, mereka belajar. Solomon (2003) menyatakan bahwa pembelajaran adalah "*a relatively permanent change in behavior that is caused by experience*". Dapat diartikan bahwa belajar adalah perubahan perilaku yang relatif permanen yang diakibatkan oleh pengalaman.

Hasil dari pembelajaran berakibat terhadap perubahan perilaku pengusaha mikro yang timbul dari pengalaman, karena sebagian perilaku manusia adalah hasil dari belajar. Kotler (2005) menyatakan bahwa, perilaku konsumen sebagai perilaku konsumen akhir, baik individu maupun rumah tangga yang membeli produk untuk konsumsi personal. Sedangkan menurut Solomon (2007)

menyatakan bahwa "*consumer behavior is the process involved when individuals or groups select, purchase, use, and dispose of goods, services, ideas, or experiences to satisfy their needs and desires*". Dapat diartikan bahwa perilaku konsumen adalah merupakan suatu proses yang melibatkan seseorang ataupun suatu kelompok untuk memilih, membeli, menggunakan, dan memanfaatkan barang-barang, pelayanan, ide, ataupun pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan.

Salah satu penyebab pengusaha mikro enggan menunaikan zakat yang mengakibatkan kemunduran umat saat ini menurut Hafiduddin (2007: 72) adalah kurangnya perhatian terhadap zakat. Hal tersebut dipengaruhi oleh kurangnya pembelajaran terhadap zakat sehingga kesadaran dan keyakinan terhadap manfaat zakat tidak tumbuh baik untuk dirinya maupun orang lain.

Selain itu, dikalangan kaum muslimin terutama di negara-negara Islam etos kerjanya sangat kurang. Mereka cenderung kurang bekerja dengan giat, keras, cerdas dan cepat. Sehingga mereka tertinggal dari bangsa atau umat lain. Padahal kedua penyebab tersebut berkaitan sangat erat. Allah berfirman dalam surah Al Mu'minun ayat 1-4, "*Sesungguhnya beruntunglah orang-orang yang beriman, (yaitu) orang-orang yang khusyu' dalam sembahyangnya, dan orang-orang yang menjauhkan diri dari (perbuatan dan perkataan) yang tiada berguna, dan orang-orang yang menunaikan zakat*" (Hafiduddin, 2007: 72).

Menurut Abidin dan Kurniawati (2008: 90-91), alasan yang utama masyarakat menolak untuk bersedekah adalah karena tidak mempunyai uang dan tidak percaya kepada peminta sumbangan/sedekah dalam hal ini adalah pada program yang dijalankan dan organisasinya, sehingga yang perlu diingat oleh para amil zakat adalah bahwa sesungguhnya dalam mengelola dana zakat, infak dan sedekah merupakan amanah yang harus benar-benar dijaga.

3. METODE PENELITIAN

Pemecahan masalah dalam penelitian ini akan menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif yang diawali dengan studi literatur yang mencakup kajian teori dan model yang relevan dengan masalah penelitian. Kemudian akan dilanjutkan dengan pengumpulan data primer melalui kuesioner yang akan diuji terlebih dahulu validitas dan reliabilitasnya. Hubungan antar variabel penelitian akan dianalisis dengan menggunakan tabel distribusi frekuensi, model *logit* dan model *multinomial logit*.

3.1 Kerangka Pemikiran

Pertumbuhan penduduk pada akhir-akhir ini meningkat dengan pesat. Pertumbuhan tersebut mengakibatkan bertambahnya tenaga kerja, sedangkan lapangan kerja terutama sektor formal sangat terbatas. Karena terbatasnya lapangan kerja di sektor formal, maka sektor informal menjadi pilihan bagi penduduk untuk dapat mempertahankan kehidupannya. Salah satu sektor informal yang menjadi fenomena di perkotaan adalah pengusaha mikro yang terdiri dari pedagang kaki lima, pedagang di pasar tradisional dan pedagang rumahan.

Dengan banyaknya pengusaha mikro seharusnya menjadi suatu keuntungan bagi pemerintah dan Badan Amil Zakat. Di satu sisi pengusaha mikro dapat menjadi pengurang beban pemerintah dalam mengurangi pengangguran, namun di sisi lain pengusaha mikro juga dapat meningkatkan penerimaan negara khususnya dalam zakat perdagangan. Permasalahannya sampai saat ini mereka banyak yang belum tersentuh dan terkelola oleh para Badan Amil Zakat.

Pemerintah dan Badan Amil Zakat sendiri belum melakukan pendataan dan penelitian terhadap pengusaha mikro, serta faktor-faktor yang mempengaruhi pengusaha mikro dalam membayar zakat perdagangan sehingga Pemerintah dan Badan Amil Zakat dapat mengambil langkah-langkah guna meningkatkan penerimaan zakat.

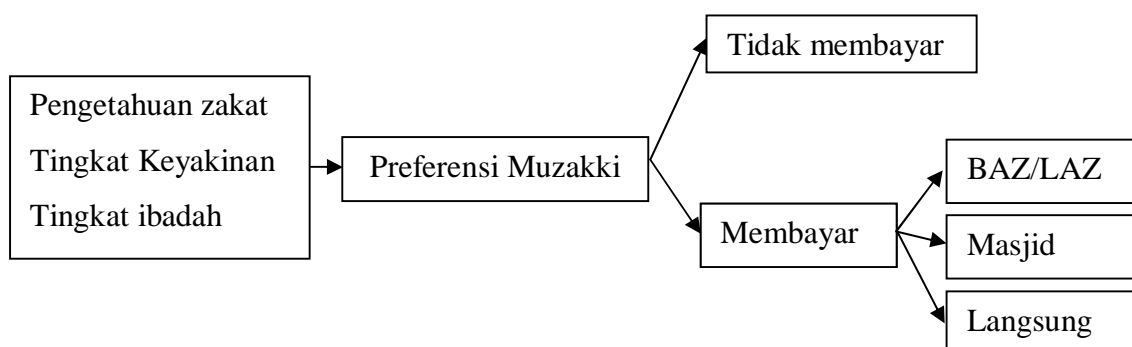
Oleh karena itu untuk meningkatkan penerimaan zakat, pemerintah dan badan amil zakat perlu melakukan studi mengenai pengusaha mikro dengan mengetahui ciri-ciri karakteristik dan faktor-faktor yang mempengaruhi

pengusaha mikro dalam membayar zakat. serta preferensi pengusaha kecil dalam menyalurkan zakatnya.

Untuk mencapai tujuan tersebut di atas, maka langkah pertama yang dilakukan adalah mengidentifikasi karakteristik pengusaha mikro dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengusaha mikro dalam membayar zakat perdagangan serta preferensi mereka dalam menyalurkannya. Selanjutnya dilakukan analisis mengenai karakteristik pengusaha mikro baik aktivitas maupun lokasinya. Dilanjutkan analisis terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi dan preferensi pengusaha mikro dalam membayar zakat, kemudian dilakukan analisis mengenai hubungan antara faktor-faktor yang mempengaruhi pengusaha mikro dan preferensinya dalam membayar zakat dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Guna mendukung analisis, dilakukan kajian literatur yang berkaitan dengan karakteristik pengusaha mikro sehingga variabel-variabel yang terkait dengan penelitian dapat diidentifikasi.

Melalui pendekatan dan metode penelitian yang tepat diharapkan diakhir penelitian dapat ditemukan suatu jawaban terhadap *research question*, sehingga dapat dibuat kesimpulan dan rekomendasi bagi Pemerintah dan Badan Amil Zakat dalam menarik dana zakat dari pengusaha mikro. Adapun gambar kerangka penelitian sebagai berikut:

Gambar 3.1. Kerangka Teori



3.2 Hipotesis

Sesuai dengan judul dan permasalahan yang diambil, maka hipotesis yang penulis ambil adalah yang mempunyai hubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi pengusaha mikro membayar zakat perdagangan atau tidak serta preferensi pengusaha mikro dalam menyalurkan zakat perdagangan melalui Badan Amil Zakat, Masjid atau secara langsung yaitu pengetahuan zakat, keyakinan akan

janji Allah terhadap para muzakki dan tingkat ibadah muzakki. Oleh karena itu hipotesis dinyatakan dalam pernyataan sebagai berikut:

Semakin baik pengetahuan zakat pengusaha mikro maka semakin besar peluangnya untuk membayar zakat perdagangan dan menyalurkannya melalui BAZ/LAZ. Semakin tinggi tingkat keyakinan pengusaha mikro akan janji Allah terhadap orang yang menunaikan zakat, maka semakin besar peluangnya untuk menunaikan zakat perdagangan dan menyalurkannya melalui BAZ/LAZ. Semakin baik ibadah pengusaha mikro akan semakin tinggi pula peluangnya untuk menunaikan zakat perdagangan dan menyalurkannya melalui BAZ/LAZ.

3.3 Metode Pelaksanaan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif karena penelitian deskriptif berkaitan dengan pengumpulan fakta, identifikasi dan meramalkan hubungan dalam dan antara variabel (Basuki, 2010, hal.111). Penelitian deskriptif ini bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar variabel yang diteliti.

3.3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian akan dilakukan di Jakarta dengan objek penelitian adalah pengusaha mikro yang terdiri dari pedagang pasar tradisional, pedagang kaki lima dan pedagang rumahan.

3.3.2 Operasional Variabel

3.3.2.1 Variabel Terikat

Penelitian ini dibatasi pada dua variabel terikat. Variabel terikat yang digunakan merupakan variabel *dummy*, yaitu:

1. Variabel membayar zakat perdagangan yaitu Apabila responden tidak/belum membayar zakat perdagangan maka bernilai "0" dan apabila responden membayar zakat perdagangan maka bernilai "1".
2. Variabel tempat membayar zakat perdagangan, yaitu apabila responden membayar zakat perdagangan, maka apabila responden membayar zakat perdagangan di BAZ/LAZ maka bernilai "0", apabila responden

membayar zakat perdagangan di Masjid maka bernilai "1", dan apabila responden membayar zakat perdagangan secara langsung maka bernilai "2".

Masalah yang akan dibahas dalam tesis adalah menganalisis variabel-variabel yang mempengaruhi preferensi pedagang kecil membayar zakat, variabel terikat yang dipilih yaitu :

1. Variabel membayar zakat perdagangan dengan model logit

P1 : Proporsi responden yang tidak/belum membayar zakat

P2 : Proporsi responden yang membayar zakat.

Nilai:

0 : Jika belum/tidak Membayar zakat perdagangan

1 : Jika membayar zakat ke BAZ/LAZ

2. Variabel tempat membayar zakat perdagangan

P1: Proporsi responden yang membayar zakat ke BAZ/LAZ

P2: Proporsi responden yang membayar zakat ke Masjid.

P3: Proporsi responden yang membayar zakat secara langsung.

Nilai:

0: Jika membayar zakat ke BAZ/LAZ

1: Jika membayar zakat ke Masjid

2: Jika membayar zakat secara langsung

3.3.2.2 Variabel Bebas

Untuk melihat proporsi yang tidak/belum membayar zakat perdagangan diasumsikan ada 3 Variabel bebas yang akan dapat berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu:

1. Pengetahuan zakat yaitu meliputi tahu atau tidak zakat perdagangan, perlu atau tidaknya zakat perdagangan, mengetahui hukum zakat perdagangan, mengetahui besaran zakat perdagangan dan tujuan diperintahnya zakat.
2. Keyakinan yaitu meliputi tujuan diperintahnya zakat, keyakinan harta akan bertambah dan kepuasan batin.

3. Tingkat Ibadah yaitu meliputi shalat lima waktu, puasa di bulan Ramadhan, membaca Al Quran, shalat sunnah, puasa sunnah dan rutinitas infaq dan shadaqah.

Tabel 3.1
KOMPONEN ANALISIS

Analisis	Variabel Terikat	Variabel Bebas
Faktor-faktor yang mempengaruhi dan preferensi pengusaha mikro	<ul style="list-style-type: none"> • Logit <ul style="list-style-type: none"> - Tidak membayar dan Membayar zakat • Multinomial Logit <ul style="list-style-type: none"> - BAZ/LAZ - Masjid - Menyalurkan Langsung 	Pengetahuan zakat Keyakinan Tingkat Ibadah

3.3.3 Penentuan Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pengusaha mikro yang berada di Jakarta. Pengusaha mikro tersebut dibagi menjadi tiga kelompok berdasarkan lokasi dagang mereka, yaitu:

1. Pedagang pasar tradisional yaitu pedagang yang berjualan di pasar-pasar tradisional di Jakarta.
2. Pedagang kaki lima yaitu pedagang yang berjualan di pinggir-pinggir jalan di Jakarta.
3. Pedagang rumahan yaitu pedagang yang menggunakan rumahnya sebagai tempat untuk berdagang.

Sedangkan jika Pengusaha Mikro dibagi berdasarkan preferensinya, antara lain:

1. Pengusaha Mikro yang tidak/belum membayar zakat perdagangan dengan yang membayar zakat perdagangan
2. Pengusaha Mikro yang membayar zakat perdagangan serta penyalurannya

Pengambilan sample dalam penelitian ini akan menggunakan teknik *Convenience Sampling*. Pengambilan sampel dilaksanakan berkaitan dengan penyediaan data yang dibutuhkan sehingga penelitian yang akan dilakukan terhadap pengusaha mikro di Jakarta sangat banyak dan tidak semua pengusaha

mikro mudah dimintai keterangannya, maka hanya pengusaha mikro yang dianggap mudah dimintai keterangan saja yang dijadikan sampel.

Untuk penelitian ini akan diambil sebanyak 150 sampel. Ukuran sampel memegang peranan penting dalam estimasi dan interpretasi. Menurut Tabachnick dan Fidell dalam Ferdinand (2000), ukuran sampel yang dibutuhkan antara 10-25 kali jumlah variabel independen. Ukuran sampel pada penelitian ini sebanyak 150 buah dianggap layak untuk dianalisis, karena menggunakan variabel independen sebanyak 3.

3.4 Sumber Data

Data yang akan digunakan adalah data primer yang diperoleh dengan cara membuat kuesioner dan mendatangi langsung objek penelitian serta mewawancarai responden dalam pengisian kuesioner. Selain data primer penulis juga menggunakan informasi-informasi lain yang diperoleh dari hasil *research* pustaka serta memanfaatkan informasi-informasi pendukung dari berbagai media dan cetak.

3.5 Metode Pengumpulan Data

3.5.1 Rancangan Kuesioner

Tahapan-tahapan yang akan dilakukan dalam merancang kuesioner, yaitu :

1. Mengumpulkan bahan-bahan dan merumuskan pertanyaan kuesioner
2. Mencari data-data sekunder yang berkaitan dengan penelitian (seperti: buku-buku, artikel, dan lainnya).
3. Mencari data-data penelitian sejenis yang pernah dilakukan.
4. Berkonsultasi dengan orang-orang yang ahli dibidang ini.
5. Menyusun kuesioner yang terbagi menjadi tiga bagian,

- a. Karakteristik umum

Bagian biodata responden ini bertujuan untuk menggali informasi-informasi yang berkaitan langsung dengan karakteristik diri responden. Cara menjawabnya dengan memberikan tanda silang (X) jawaban pada kotak yang tersedia.

- b. Karakteristik usaha

Bagian karaktersistik usaha bertujuan untuk menggali informasi-informasi yang berkaitan dengan karakteristik usaha dari responden. Cara menjawabnya dengan memberikan tanda silang (X) jawaban pada kotak yang tersedia serta mengisi pertanyaan pada tempat yang tersedia.

c. **Aktivitas Ibadah**

Bagian aktivitas ibadah bertujuan untuk menggali informasi-informasi yang berkaitan dengan aktivitas ibadah serta menjadi indikator tingkat ibadah dari responden. Cara menjawabnya dengan memberikan tanda silang (X) jawaban pada kotak yang tersedia serta mengisi pertanyaan pada tempat yang tersedia.

d. **Preferensi pengusaha mikro dalam membayar zakat perdagangan.**

Bagian ini berkaitan dengan preferensi membayar zakat para pengusaha mikro, mulai dari pernyataan dirinya dalam membayar zakat perdagangan, pengetahuannya tentang zakat perdagangan, serta kemana penyaluran zakat. Cara menjawabnya dengan memberikan tanda silang (X) jawaban pada kotak yang tersedia.

3.5.2 Wording Pre-Test

Sebelum penyebaran kuesioner, maka dilakukan *wording pre-test* kepada beberapa responden terlebih dahulu untuk diuji mengenai pemahaman responden terhadap petunjuk pengisian, daftar pertanyaan, kata-kata dalam kuesioner serta *layout* kuesioner.

Setelah dilakukan *wording pre-test* terdapat beberapa pertanyaan yang kurang dipahami dan terdapat kemiripan dengan pertanyaan lainnya sehingga terjadi tumpang tindih serta tidak terdapatnya jawaban pertanyaan yang diinginkan oleh responden sehingga dilakukan revisi terhadap beberapa pertanyaan tersebut. Pertanyaan yang di revisi antara lain:

Tabel 3.2 Revisi Pertanyaan Kuesioner

No	Sebelum Revisi	Sesudah
1.	Apakah pendapat Anda mengenai zakat perdagangan ? <input type="checkbox"/> A. Wajib <input type="checkbox"/> B. Tidak Wajib <input type="checkbox"/> C. Tidak Tahu	Apakah pendapat Anda mengenai hukum zakat perdagangan ? <input type="checkbox"/> A. Wajib <input type="checkbox"/> B. Tidak Wajib (Sunnah) <input type="checkbox"/> C. Tidak Tahu
2.	Berapakah anda membayar zakat perdagangan ? <input type="checkbox"/> A. 2,5 % <input type="checkbox"/> B. 5 % <input type="checkbox"/> C. 10 %	Menurut Anda berapakah besaran zakat perdagangan ? <input type="checkbox"/> A. 2,5 % <input type="checkbox"/> B. 5 % <input type="checkbox"/> C. 10 % <input type="checkbox"/> D. Lainnya, Sebutkan <input type="checkbox"/> E. Tidak Tahu
3	Apakah Anda mengetahui pendapat ulama tentang hukum zakat perdagangan? <input type="checkbox"/> A. Ya <input type="checkbox"/> B. Tidak	Apakah Anda rutin membaca Al-Quran setiap hari ? <input type="checkbox"/> A. Ya <input type="checkbox"/> B. Kadang-kadang <input type="checkbox"/> C. Tidak
4	Apakah hukum zakat perdagangan menurut pendapat ulama yang anda ketahui? <input type="checkbox"/> A. Wajib <input type="checkbox"/> B. Tidak Wajib <input type="checkbox"/> C. Tidak Tahu	Apakah Anda sering melaksanakan puasa sunnah ? <input type="checkbox"/> A. Ya <input type="checkbox"/> B. Kadang-kadang <input type="checkbox"/> C. Tidak

3.5.3 Pengolahan Data

Proses pengolahan dilakukan dalam 3 tahap, yaitu:

a. *Editing* (penyuntingan)

Pada proses ini, pertama dilakukan perhitungan jumlah kuesioner yang telah disebar, yang seharusnya sama dengan besarnya jumlah sampel. Kemudian diteliti apakah setiap jawaban valid atau terdapat responden yang tidak menjawab penelitian dengan serius, maka pisahkan yang valid dan tidak valid.

b. *Coding* (Pemberian Kode)

Tahap selanjutnya adalah pemberian kode (sandi) pada variabel

dan data yang telah terkumpul melalui kuesioner.

c. *Master Sheet* (Tabel Induk)

Tahap terakhir dari pengolahan data ini adalah memasukkan semua data ke dalam tabel induk (*master sheet*). Tabel ini terdiri atas baris dan kolom. Jumlah baris sama dengan banyaknya responden pada sampel penelitian. Jumlah kolom disesuaikan dengan data dari setiap variabel termasuk kolom untuk responden.

3.6 Uji Validitas dan Realibilitas

3.6.1 Uji Validitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua pertanyaan (instrumen) penelitian yang diajukan untuk mengukur variabel penelitian adalah valid. Jika valid berarti instrumen itu dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur.

Sangat banyak teknik untuk melakukan uji validitas ini yang salah satunya adalah dengan Analisis Faktor. Analisis faktor merupakan sebuah teknik *multivariate* yang dapat menunjukkan dimensi dari konsep yang merupakan definisi operasional dan mengindikasikan variabel mana yang lebih tepat untuk setiap dimensi (Nasution dan Usman, 2007: 115). Salah satu syarat yang harus dipenuhi adalah nilai *Measure of Sampling Adequacy* (MSA) pada *Anti-image Correlation* nya harus lebih besar atau sama dengan 0.5. Besarnya angka MSA ialah 0-1. Jika digunakan dalam menentukan penggabungan variabel maka ketentuannya sebagai berikut:

- a. Jika $MSA = 1$ maka indikator variabel tersebut dapat diprediksi tanpa kesalahan
- b. Jika $MSA \geq 0.5$ maka indikator variabel tersebut masih dapat diprediksi dan dianalisis lebih lanjut
- c. Jika $MSA < 0.5$ maka indikator variabel tersebut tidak dapat diprediksi dan dianalisa lebih lanjut, sehingga indikator variabel harus dikeluarkan atau dibuang.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas mengindikasikan seberapa konsistensi pengukuran yang dilakukan sepanjang waktu atau berbagai pertanyaan. Atau dengan kata lain, reliabilitas mengindikasikan stabilitas dan konsistensi instrumen pengukuran konsep dan membantu untuk melihat ketepatan pengukuran dimensi. Metode pengujian reliabilitas cukup banyak salah satunya (dikaitkan dengan penggunaan SPSS) adalah metode *Cronbach's Alpha*. Metode ini telah memberikan batasan, dimana jika koefisien reliabilitas (*Alpha*) mendekati 1 sangat baik, jika berada diatas 0,8 baik, tetapi bila berada di bawah nilai 0,6 tidak baik. Artinya, bila nilai *Alpha* berada di bawah 0,6, maka dapat dikatakan bahwa pengukuran yang dilakukan tidak konsisten atau pengukuran tidak *reliable* (Nasution dan Usman, 2007: 112).

3.7 Metode Analisis

Metode analisis yang akan dilakukan untuk memecahkan permasalahan dalam penelitian ini antara lain:

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan metode untuk menggambarkan data yang dikumpulkan secara sederhana (Nasution dan Usman, 2007, hal 118). Analisis deskriptif ditujukan untuk mengetahui hubungan antara karakteristik dengan variabel-variabel bebas. Analisis deskriptif yang akan dilakukan dengan menggunakan table frekuensi dan tabulasi silang.

Tujuan utama pembuatan table ini adalah untuk mengatur data mentah ke dalam bentuk yang ringkas (biasanya dikelompokkan), tanpa mengurangi arti informasi yang disampaikan. Dengan demikian, table ini dapat menjelaskan jumlah atau proporsi sampel pada suatu karakteristik tertentu (Nasution dan Usman, 2007, hal 118).

3.7.2 Analisis logit dan Multinomial Logit

Untuk memudahkan pemahaman tentang mekanisme kerja dan tahapan-tahapan yang sering dan perlu dikerjakan dalam membuat analisis secara ekonometri diperlukan metodologi ekonometri dalam menganalisisnya. Metodologi ekonometri tersebut meliputi (Nachrowi dan Usman, 2008, hal 3) :

1. Membuat sebuah hipotesis/ Pernyataan;
2. menduga model ekonometri untuk menguji hipotesis yang telah dibuat;
3. mengestimasi parameter model;
4. melakukan verifikasi model;
5. membuat prediksi;
6. menggunakan model untuk membuat kebijakan.

3.7.2.1 Pembentukan Model Logit dan Multinomial Logit

Variabel yang akan diteliti pada tesis ini adalah variabel *dependen* yaitu preferensi responden membayar zakat atau tidak dan preferensi penyaluran pembayaran zakat responden yang terbagi menjadi tiga pilihan yaitu BAZ/LAZ, Masjid atau secara langsung. Sedangkan variabel *independen* yaitu Pengetahuan zakat, Keyakinan dan Tingkat Ibadah. Sehingga model yang tepat untuk menghubungkan kedua variabel ini adalah model *logit* dan *multinomial logit*, sebagaimana akan diuraikan definisi operasionalnya sebagai berikut:

a. Variabel terikat

1. Model Logit

p = Preferensi membayar zakat atau tidak

p ; Kategori 0: Tidak/belum membayar zakat

$1-p$; Kategori 1: Membayar zakat

Sebagai pembanding yaitu kategori 0: Tidak/Belum membayar zakat

2. Model Multinomial Logit

$p = 0$; Kategori 0: Membayar zakat ke BAZ/LAZ

$p = 1$; Kategori 1: Membayar zakat ke Masjid

$p = 2$; Kategori 2: Membayar zakat langsung kepada mustahik

Sebagai pembanding adalah $p=0$ yaitu kategori 0: membayar zakat ke BAZ/LAZ

b. Variabel bebas

1. Pengetahuan Zakat : PZ (nama variabel)

Pengetahuan Zakat responden dikelompokkan menjadi empat kelompok. Pengelompokan tersebut didasarkan atas jawaban pertanyaan kuesioner pada preferensi membayar zakat dari responden, yaitu:

Tabel 3.3 Kelompok Pengetahuan Zakat

PENGETAHUAN ZAKAT	NOMOR PERTANYAAN			
	P8	P18	P22	P14
	Jawaban			
Baik	A	A	A	A
	A	A	Selain A	Selain A
Kurang	A	B	Bebas	Bebas
	A/B	C	Bebas	Bebas

Hasil dari pengelompokan pengetahuan Zakat tersebut dikelompokkan kembali menjadi 2 kategori, yaitu:

PZ0 = 0; Baik

PZ1 = 1; Kurang (pembanding)

2. Keyakinan : Yakin (nama Variabel)

Tingkat Keyakinan responden terhadap manfaat zakat dikelompokkan menjadi tiga kelompok. Pengelompokan tersebut didasarkan atas jawaban pertanyaan kuesioner pada preferensi membayar zakat dari responden, yaitu:

Tabel 3.4 Kelompok Keyakinan

KEYAKINAN	NOMOR PERTANYAAN		
	P23	P26	P29
	Jawaban		
Yakin	A	A	A
	A	A	Selain A
Tidak Yakin	A	C	Bebas
	A/B	B	Bebas

Hasil dari pengelompokan Keyakinan tersebut dikelompokkan kembali menjadi 2 kategori, yaitu:

YAKIN0 = 0; Sangat Yakin

YAKIN1 = 1; Tidak Yakin (pembanding)

3. Tingkat Ibadah: IBDH (nama variabel)

Tingkat Ibadah responden dikelompokkan menjadi 5 kelompok.

Pengelompokan tersebut didasarkan atas jawaban pertanyaan

kuesioner pada preferensi membayar zakat dari responden, yaitu:

Tabel 3.5 Kelompok Tingkat Ibadah

TINGKAT IBADAH	NOMOR PERTANYAAN					
	Wajib		Sunnah			
	P7	P21	P6	P12	P24	P32
	Jawaban					
Baik	A	A	A	A	A	A
	A	A	Kombinasi A, B dan C			
	A	A	C	C	C	C
Tidak Baik	Kombinasi A dan B		Kombinasi A, B dan C			
	Salah Satunya C		Bebas			

Hasil dari pengelompokan tingkat ibadah tersebut dikelompokkan kembali menjadi 2 kategori, yaitu:

IBDH0 = 0; Sangat Baik

IBDH1 = 1; Tidak Baik (pembanding)

Hasil dari pembentukan variabel diatas. Untuk ini, kita perlu menyusun sebuah fungsi yang disebut fungsi *likelihood*. Fungsi ini menyatakan probabilitas bersama dari data hasil observasi yang masih merupakan parameter yang tidak di ketahui (Nachrowi dan Usman, 2008, hal 254), maka model yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Model *Logit*

$$\ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = \beta_0 + \beta_1 \text{ pengetahuan zakat} + \beta_2 \text{ keyakinan} + \beta_3 \text{ tingkat ibadah} \quad (3.11)$$

$$\ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = \beta_0 + \beta_1 \text{ PZ0} + \beta_2 \text{ YAKIN0} + \beta_3 \text{ IBDH0} \quad (3.12)$$

2. Model *Multinomial Logit*

$$\ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = \beta_0 + \beta_1 \text{ pengetahuan zakat} + \beta_2 \text{ keyakinan} + \beta_3 \text{ tingkat ibadah} \quad (3.13)$$

$$\ln\left(\frac{p_1}{p_0}\right) = \beta_{01} + \beta_{11} \text{ PZO} + \beta_{21} \text{ YAKIN0} + \beta_{31} \text{ IBDH0} \quad (3.14)$$

$$\ln\left(\frac{p_2}{p_0}\right) = \beta_{02} + \beta_{12} \text{ PZO} + \beta_{22} \text{ YAKIN0} + \beta_{32} \text{ IBDH0} \quad (3.15)$$

3.7.2.2 Pengujian Signifikansi Model dan Parameter

Setelah model dan parameter-parameter tersebut diperoleh, maka perlu dilakukan uji signifikansi yang perlu dilalui dengan uraian berikut ini:

1. Uji seluruh model (Uji G)

$$H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_p = 0$$

$$H_1 : \text{Sekurang-kurangnya terdapat satu } b_j \neq 0$$

Statistik uji yang digunakan:

$$G = -2 \ln \left[\frac{\text{likelihood (Model B)}}{\text{likelihood (Model A)}} \right] \quad (3.16)$$

Model B : Model yang hanya terdiri dari konstanta saja.

Model A : Model yang terdiri dari seluruh variabel.

G berdistribusi Khi Kuadrat dengan derajat bebas p atau $G \sim c_p^2$. H_0 akan ditolak jika $G > c_{\alpha, p}^2$; dimana α adalah tingkat signifikansi.

Bila H_0 ditolak, artinya model A signifikan pada tingkat signifikansi α (Nachrowi dan Usman, 2008, hal 255)

2. Uji Wald : Uji signifikansi tiap-tiap parameter.

$$H_0 : \beta_j = 0 \text{ untuk suatu } j \text{ tertentu; } j = 0, 1, \dots, p.$$

$$H_0 : \beta_j \neq 0$$

Statistik uji yang digunakan adalah:

$$W_j = \left[\frac{\hat{b}_j}{SE(\hat{b}_j)} \right]^2 \quad ; j = 0, 1, 2, \dots, P \quad (3.17)$$

Statistik ini berdistribusi Khi kuadrat dengan derajat bebas 1 atau secara simbolis ditulis $W_j \sim c^2$. H_0 ditolak jika $W_j > c_{\alpha,1}^2$; dengan α adalah tingkat signifikansi yang dipilih.

Bila H_0 ditolak, artinya parameter tersebut signifikan secara statistik pada tingkat signifikansi α (Nachrowi dan Usman, 2008, hal 256).

3. Uji Model Reduksi

Membandingkan Model penuh dan Model Reduksi yang hanya terdiri dari parameter-parameter yang secara individual signifikan:

$$G = -2 \ln \left[\frac{L_R}{L_P} \right]; \begin{matrix} L_R : \text{model reduksi} \\ L_P : \text{model penuh} \end{matrix} \quad (3.18)$$

H_0 tidak diterima jika $G > c_{\alpha,1}^2$; artinya: parameter yang tidak terdapat pada model adalah signifikan. Dengan demikian, variabel yang tereduksi perlu dimasukkan lagi kedalam model, sehingga model dapat dikatakan model penuh.

Bila H_0 diterima, mengindikasikan bahwa P yang tidak signifikan, atau semuanya sama dengan 0. (Nachrowi dan Usman, 2008, hal 256).

3.7.2.3 Interpretasi Model/ Parameter

Interpretasi koefisien-koefisien dalam model regresi logistik dilakukan dalam bentuk *odds ratio* (perbandingan risiko) atau dalam *adjusted probability* (probabilitas terjadi).

Odd didefinisikan sebagai : $\left[\frac{p}{1-p} \right]$ (risiko).

Dimana p menyatakan probabilitas sukses (terjadinya peristiwa $y = 1$) dan $1-p$ menyatakan probabilitas gagal (terjadinya peristiwa $y=0$).

- *Odds Ratio* (perbandingan risiko), V adalah perbandingan nilai odds (risiko) pada dua individu; misalkan individu A dan individu B.
- *Odds Ratio* dituliskan sebagai berikut:

$$\Psi = \left[\frac{p(X_A)/1-p(X_A)}{p(X_B)/1-p(X_B)} \right]; \begin{matrix} X_A : \text{Karakteristik individu A} \\ X_B : \text{Karakteristik individu B} \end{matrix} \quad (3.19)$$

Adjusted probabilitas merupakan probabilitas terjadinya suatu peristiwa $y=1$ dengan karakteristik yang telah diketahui.

$$\text{Dituliskan; } P(y=1 | x) = \frac{\exp.(z)}{1 + \exp(z)}; z = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_P X_P \quad (3.20)$$

(Nachrowi dan Usman, 2008, hal 256-257).

3.7.2.4 Interpretasi Parameter Variabel Bebas Dikotomi

Bila variabel bebas merupakan variabel kategorik dengan dua kategori, interpretasi parameter dilakukan dengan cara membandingkan nilai *odd* dari salah satu nilai pada variabel tersebut dengan nilai *odd* dari nilai lainnya (referensi).

Misalkan kedua kategori tersebut adalah 1 dan 0 dengan 0 yang digunakan sebagai kategori referensi, maka interpretasi koefisien pada variabel ini adalah rasio dari nilai *odds* untuk kategori 1 terhadap nilai *odds* untuk kategori 0; dituliskan sebagai berikut:

$$\Psi = \left[\frac{\frac{p(x_j = 1)}{1 - p(x_j = 1)}}{\frac{p(x_j = 0)}{1 - p(x_j = 0)}} \right] = \exp. (\beta_j) \quad (3.21)$$

Artinya, risiko terjadinya peristiwa $y = 1$ pada kategori $x_j = 1$ adalah sebesar $\exp.(\beta_j)$ kali risiko terjadinya peristiwa $y = 1$ pada kategori $x_j = 0$ (Nachrowi dan Usman, 2008, hal 257).

3.7.2.5 Interpretasi Parameter Variabel Bebas Kontinu

Jika variabel bebas yang digunakan adalah variabel kontinu, maka interpretasi dari koefisien pada model regresi adalah setiap kenaikan C unit satuan pada variabel bebas akan mengakibatkan risiko terjadinya $y = 1$ sebesar $\exp (C.\beta_j)$ kali lebih besar. (Nachrowi dan Usman, 2008, hal 257).

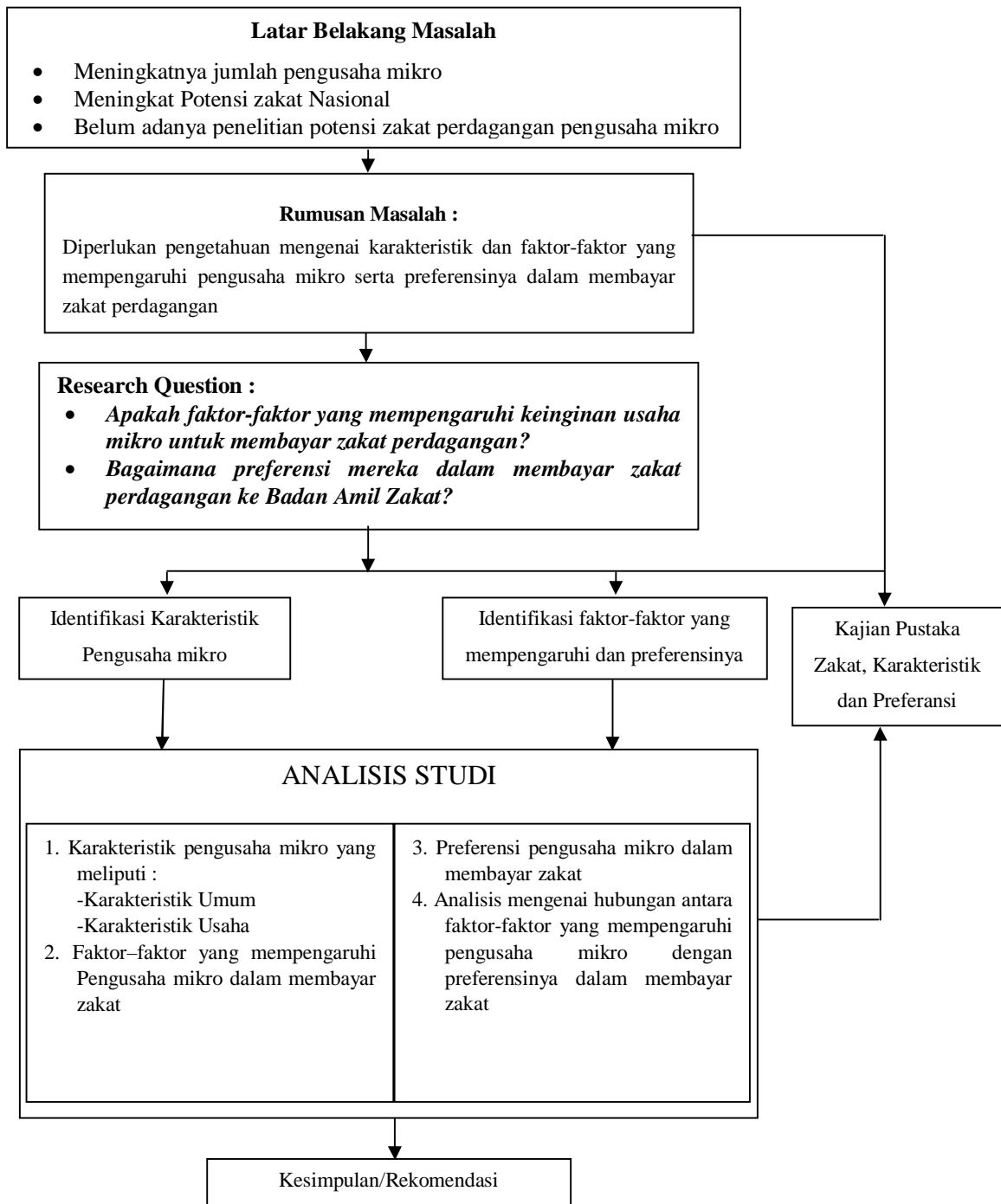
3.7.2.6 Interpretasi Parameter Variabel Bebas Politomi

Jika variabel bebas diamati merupakan variabel kategorik dengan lebih dari dua kategori (politomi), maka interpretasi parameter untuk variabel ini menggunakan bantuan variabel *dummy*. Jika terdapat k kategori, akan digunakan

(k-1) variabel *dummy* dengan satu buah kategori akan dijadikan sebagai kategori referensi.

Interpretasi dilakukan dengan cara yang sama dengan interpretasi pada variabel bebas dikotomi, yaitu tiap-tiap kategori dibandingkan dengan kategori rujukannya. (Nachrowi dan Usman, 2008, hal 258).

Gambar 3.2. Alur Proses Penelitian



4. ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEINGINAN DAN PREFERENSI PENGUSAHA MIKRO UNTUK BERZAKAT

Pada bab ini akan menganalisis data hasil kuesioner serta menginterpretasikannya melalui 4 tahapan, yakni (i) uji validitas dan uji reliabilitas, (ii) analisis data statistik (iii) uji asumsi klasik, (iv) analisis logit dan multinomial logit, dan (v) pembahasan penyelesaian masalah.

4.1 Pengumpulan Data

Pengumpulan data primer dilakukan selama ± 1 (satu) bulan, sekitar bulan Mei dan Juni 2011, termasuk melakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Pemilihan sampel dilakukan secara *convenience accidental sample*, yaitu kepada siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti yang cocok digunakan sebagai sumber data. Responden telah lebih dulu lulus uji *screening* dengan maksud agar hasil yang diberikan dapat mewakili variabel yang ingin diukur. Responden yang cocok digunakan sebagai sampel adalah terdiri dari para pengusaha mikro yang ada di Jakarta. Dari total kuesioner yang disiapkan sebanyak 200, yang kuesioner yang kembali sebanyak 191 dan yang valid sebanyak 187.

4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Untuk mengetahui alat ukur yang *valid* dan *reliable* untuk memperoleh data penelitian, maka sebelum dilakukan pengumpulan data secara menyeluruh, dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terlebih dahulu terhadap kuesioner dengan menyebarkan kepada 30 (tiga puluh) responden. Alat bantu yang digunakan adalah SPSS versi 13.0.

Uji validitas dan reliabilitas bertujuan untuk menguji pertanyaan faktor yang mempengaruhi keinginan pengusaha mikro dan preferensinya dalam membayar zakat perdagangan ke Badan Amil Zakat. Sedangkan untuk melihat valid atau tidaknya pertanyaan lainnya, menggunakan pengolahan data, yaitu *editing*, *coding* dan *master sheet*.

Dalam penelitian ini akan dilakukan *pre-test* terlebih dahulu kepada 30 responden. Hasil *pre-test* akan dijadikan acuan untuk dilakukannya penyempurnaan terhadap kuesioner sehingga diharapkan dapat diperoleh alat ukur yang memiliki reliabilitas yang baik.

4.2.1 Uji Validitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua pertanyaan (instrumen) penelitian yang diajukan untuk mengukur variabel penelitian adalah valid. Jika valid berarti instrumen itu dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Pengukuran validitas masing-masing dimensi penelitian dilakukan dengan *Measure of Sampling Adequacy*. Pengukuran kecukupan sampel dilakukan dengan *Measure of Sampling Adequacy* pada *Anti-image Correlation* untuk setiap indikator, dimana nilai di atas 0,500 menunjukkan bahwa data dapat dinyatakan valid sehingga dapat digunakan untuk pengujian-pengujian atau analisis-analisis lanjutan.

Pada tabel 4.1 menunjukkan data sebaran butir instrumen penelitian terhadap pengetahuan zakat, tingkat keyakinan, tingkat ibadah dan preferensi pengusaha mikro dalam membayar zakat perdagangan.

Tabel 4.1. Sebaran Muatan Faktor

No.	Faktor	Indikator	Jumlah
1	Pengetahuan Zakat	P8, P14, P18, P22, P23	5
2	Tingkat Keyakinan	P23, P26, P29	3
3	Tingkat Ibadah	P6, P7, P12, P21, P24, P32	6

Dari hasil sebaran muatan faktor didapat hasil MSA pada tabel *anti image correlation* (AIC). Berikut ini adalah hasil pengujian validitas untuk masing-masing konstruk variabel penelitian:

Tabel 4.2. Nilai MSA Pengetahuan Zakat

No.	Indikator	No	Nilai MSA	Hasil
1	Tahu atau Tidak Zakat Perdagangan	P8	0,826	<i>Valid</i>
2	Perlu atau tidaknya Zakat	P14	0,797	<i>Valid</i>
3	Hukum zakat perdagangan	P18	0,831	<i>Valid</i>
4	Besaran zakat perdagangan	P22	0,854	<i>Valid</i>
5	Tujuan diperintahnya zakat	P23	0,919	<i>Valid</i>

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

Tabel 4.3. Nilai MSA Tingkat Keyakinan

No.	Indikator	No	Nilai MSA	Hasil
1	Tujuan diperintahkannya zakat	P23	0,782	<i>Valid</i>
2	Keyakinan Harta akan bertambah	P26	0,717	<i>Valid</i>
3	Kepuasan batin	P29	0,656	<i>Valid</i>

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

Tabel 4.4. Nilai MSA Tingkat Ibadah

No.	Indikator	No	Nilai MSA	Hasil
1	Rutinitas Membaca Al-Quran	P6	0,650	<i>Valid</i>
2	Rutinitas Shalat 5 waktu	P7	0,637	<i>Valid</i>
3	Rutinitas Shalat sunnah	P12	0,731	<i>Valid</i>
4	Puasa di bulan Ramadhan	P21	0,706	<i>Valid</i>
5	Rutinitas Puasa sunnah	P24	0,710	<i>Valid</i>
6	Rutinitas Infaq atau Shadaqah	P32	0,507	<i>Valid</i>

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

Dengan melihat kriteria angka MSA di atas, terlihat pada tabel nilai MSA diatas bahwa semua angka MSA memiliki nilai di atas 0,5. Artinya analisis dapat dilanjutkan.

4.2.2 Uji Realibilitas

Realibilitas mengindikasikan seberapa konsistensi pengukuran yang dilakukan sepanjang waktu atau berbagai pertanyaan. Atau dengan kata lain, realibilitas mengindikasikan stabilitas dan konsistensi instrumen pengukuran konsep dan membantu untuk melihat ketepatan pengukuran (Nasution, 2007, hal 112).

Berikut ini adalah hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing konstruk variabel penelitian :

Tabel 4.5. Hasil Pengujian Reliabilitas

No.	Variabel	Koefisien Cronbach's Alpha	n of Items	Hasil
1	Pengetahuan Zakat	0,861	5	<i>Reliable</i>
2	Tingkat Keyakinan	0,834	3	<i>Reliable</i>
3	Tingkat Ibadah	0,678	6	<i>Reliable</i>

Sumber: pengolahan data penulis

Dari tabel 4.5 dapat diketahui bahwa dimensi-dimensi penelitian dalam kuesioner, yaitu karakteristik pengusaha mikro, pengetahuan zakat dan preferensi

membayar zakat perdagangan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,6. Hal tersebut menunjukkan tingkat reliabilitas yang baik. Dengan demikian setiap variabel pertanyaan pada dimensi penelitian layak digunakan dalam penelitian ini.

4.3 Analisis Deskriptif

Untuk menunjang analisis kuantitatif secara statistik, juga akan dilakukan analisis deskriptif secara kualitatif, khususnya untuk menjelaskan demografi responden. Analisis Demografi responden akan membahas karakteristik umum dan karakteristik usaha dari responden.

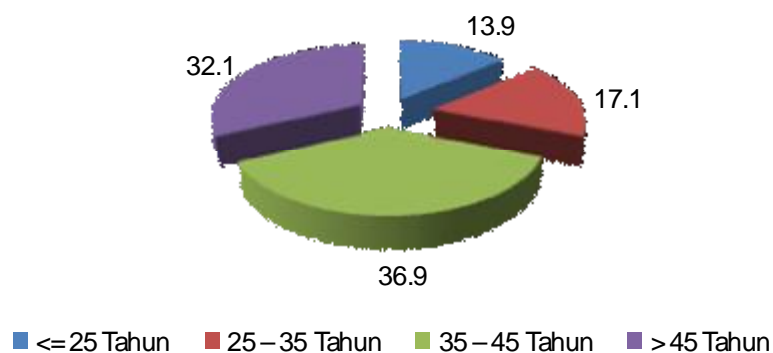
4.3.1 Karakteristik Umum Responden

Berdasarkan data yang telah diterima maka, dapat diketahui karakteristik umum yang menjadi responden dalam penelitian ini. Karakteristik umum yang diteliti antara lain:

4.3.1.1 Pengusaha mikro Menurut Usia

Dari segi usia, lebih dari separoh responden yang diteliti berusia diatas 35 tahun keatas. Pada tabel 4.6 dan gambar 4.1 menunjukkan dari 187 orang responden di lapangan, 13,9% responden berusia dibawah 25 tahun. Selanjutnya, sebanyak 17.1% responden berusia antara 25-35 tahun, 36.9 % responden berusia antara 35-45 tahun dan sebanyak 32.1 % responden berusia lebih dari 45 tahun. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berusia antara 35-45 tahun yaitu sebanyak 36.9 %.

Gambar 4.1. Usia Responden



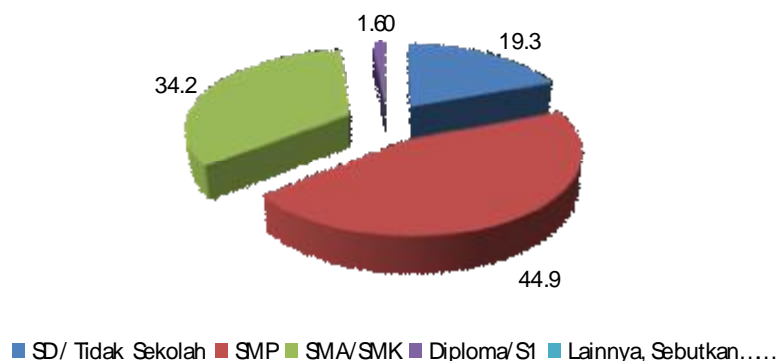
Tabel 4.6. Usia Responden

No.	Uraian	Jumlah	Persentase (%)
1	<= 25 Tahun	26	13.9
2	25 – 35 Tahun	32	17.1
3	35 – 45 Tahun	69	36.9
4	> 45 Tahun	60	32.1

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

4.3.1.2 Pendidikan

Berdasarkan kategori pendidikan, Gambar 4.2 memberikan deskripsi mengenai pendidikan pengusaha mikro. Dapat dilihat, dari 187 orang responden di lapangan, 19,3 % responden berpendidikan SD/Tidak sekolah. Selanjutnya, sebanyak 44,9 % responden berpendidikan SMP, 34,2 % responden berpendidikan SMA dan 1,6 % responden berpendidikan Diploma/S1. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berpendidikan SMP yaitu sebanyak 44,9 %.

Gambar 4.2. Pendidikan Responden**Tabel 4.7. Pendidikan Responden**

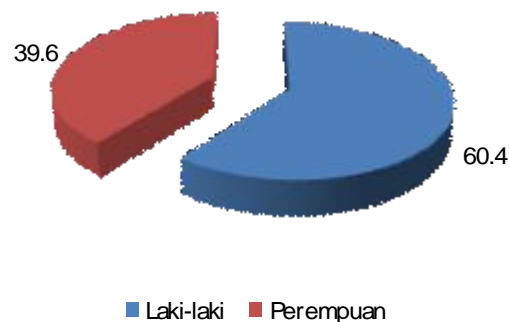
No.	Uraian	Jumlah	Persentase (%)
1	SD / Tidak Sekolah	36	19.3
2	SMP	84	44.9
3	SMA/SMK	64	34.2
4	Diploma/S1	3	1.6
5	Lainnya, Sebutkan.....	0	0

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

4.3.1.3 Jenis Kelamin

Berdasarkan kategori jenis kelamin, Gambar 4.3 memberikan deskripsi mengenai jenis kelamin pengusaha mikro. Dapat dilihat, dari 187 orang responden di lapangan, 60,4 % responden laki-laki. dan 39,6 % responden perempuan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 60,4 %.

Gambar 4.3. Jenis Kelamin Responden



Tabel 4.8. Jenis Kelamin Responden

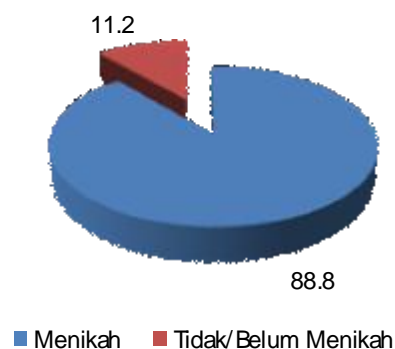
No.	Uraian	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	113	60.4
2	Perempuan	74	39.6

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

4.3.1.4 Status Nikah

Berdasarkan status nikah, Gambar 4.4 memberikan deskripsi mengenai status menikah pengusaha mikro. Dapat dilihat, dari 187 orang responden di lapangan, 11,2 % responden belum menikah dan 88,8 % responden menikah. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sudah menikah yaitu sebanyak 88,8%.

Gambar 4.4. Status Nikah Responden



Tabel 4.9. Status Nikah Responden

No.	Uraian	Jumlah	Persentase (%)
1	Menikah	166	88.8
2	Tidak/Belum Menikah	21	11.2

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

Jika dilihat antara kelompok status nikah dengan kelompok jenis kelamin terlihat kelompok laki-laki yang paling banyak status menikahnya yaitu 62,7% sedangkan kelompok wanita yang paling banyak adalah yang belum menikah sebanyak 57% (lihat Tabel 4.10).

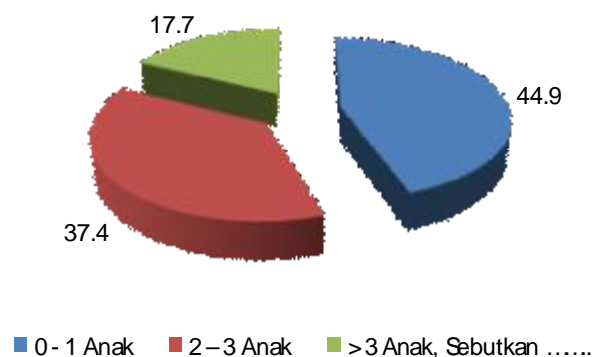
Tabel 4.10. Status Nikah Menurut Jenis Kelamin Responden

Status Nikah	JK		Total
	Laki-Laki	Perempuan	
Menikah	62,7%	37,3%	100,0%
Tidak/Belum Menikah	42,9%	57,1%	100,0%
Total	60,4%	39,6%	100,0%

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

4.3.1.5 Jumlah Tanggungan

Berdasarkan jumlah tanggungan, Gambar 4.5 memberikan deskripsi mengenai jumlah tanggungan pengusaha mikro. Dapat dilihat, dari 187 orang responden di lapangan, 44,9 % responden dengan jumlah tanggungan 1 anak, 37,4 % responden dengan jumlah tanggungan antara 2 sampai dengan 3 anak dan 17,7 % responden dengan jumlah tanggungan lebih dari 3 anak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini dengan jumlah tanggungan 0 sampai dengan 1 anak yaitu sebanyak 44,9%.

Gambar 4.5. Jumlah Tanggungan Responden

Tabel 4.11. Jumlah Tanggungan Responden

No.	Uraian	Jumlah	Persentase (%)
1	0 - 1 Anak	84	44.9
2	2 – 3 Anak	70	37.4
3	> 3 Anak, Sebutkan	33	17.7

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

Jika dilihat antara kelompok status menikah dengan jumlah tanggungan terlihat bahwa tidak/belum menikah tapi memiliki tanggungan yang kemungkinan besar mereka adalah janda atau duda, yaitu 7,1% dari kelompok yang memiliki tanggungan 2-3 anak dan 3% dari kelompok yang mempunyai tanggungan diatas 3 anak (lihat Tabel 4.12).

Tabel 4.12. Jumlah Tanggungan Menurut Status Nikah Responden

Jumlah Tanggungan	Status Nikah		Total
	Menikah	Belum/Tidak Menikah	
0 - 1 Anak	82,1%	17,9%	100,0%
2 – 3 Anak	92,9%	7,1%	100,0%
> 3 Anak, Sebutkan	97,0%	3,0%	100,0%
Total	88,8%	11,2%	100,0%

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

4.3.1.6 Asal

Berdasarkan kategori darimana pengusaha mikro berasal, Gambar 4.6 memberikan deskripsi mengenai asal pengusaha mikro. Dapat dilihat, dari 187 orang responden di lapangan, 65,2 % responden berasal dari luar Jakarta. dan 34,8 % responden berasal dari Jakarta. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berasal dari luar Jakarta yaitu sebanyak 65,2 %.

Gambar 4.6. Asal Responden

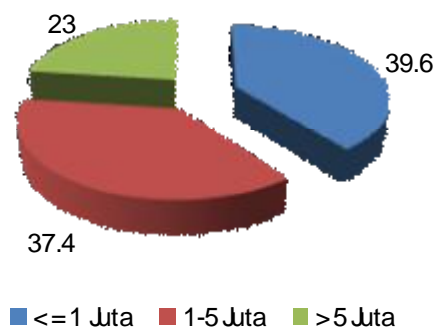
Tabel 4.13. Asal Responden

No.	Uraian	Jumlah	Persentase (%)
1	Jakarta	65	34.8
2	Luar Kota Jakarta	122	65.2

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

4.3.1.7 Modal dan Jumlah Pekerja

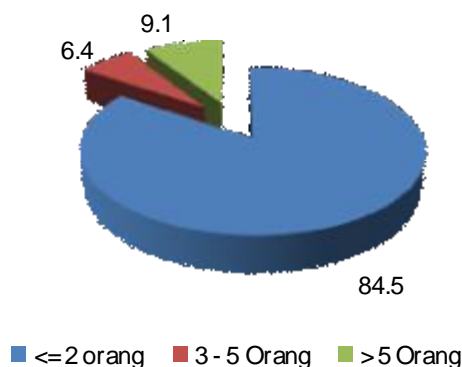
Berdasarkan kategori modal pengusaha mikro, Gambar 4.7 memberikan deskripsi mengenai modal pengusaha mikro. Dapat dilihat, dari 187 orang responden di lapangan, 39,6 % responden dengan modal kurang dari 1 juta, 37,4 % responden dengan modal 1 sampai dengan 5 juta dan 23 % responden dengan modal di atas 5 juta. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini bermodal kurang dari 1 juta yaitu sebanyak 39,6 %.

Gambar 4.7. Modal Responden**Tabel 4.14. Modal Responden**

No.	Uraian	Jumlah	Persentase (%)
1	< = 1 Juta	74	39.6
2	1-5 Juta	70	37.4
3	> 5 Juta	43	23.0

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

Berdasarkan kategori jumlah pekerja, Gambar 4.8 memberikan deskripsi mengenai jumlah pekerja pengusaha mikro. Dapat dilihat, dari 187 orang responden di lapangan, 84,5 % responden dengan jumlah pekerja kurang dari 2 orang, 6,4 % responden dengan jumlah pekerja 3 sampai dengan 5 orang dan 9,1 % responden dengan jumlah pekerja di atas 5 orang. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini yang memiliki jumlah pekerja kurang dari 2 orang yaitu sebanyak 84,5%.

Gambar 4.8. Jumlah Pekerja Responden**Tabel 4.15. Jumlah Pekerja Responden**

No.	Uraian	Jumlah	Persentase (%)
1	<= 2 orang	158	84.5
2	3 - 5 Orang	12	6.4
3	> 5 Orang	17	9.1

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

Pada tabel 4.16 menunjukkan bahwa modal tidak menentukan banyaknya jumlah karyawan karena dari sisi modal semuanya yang terbanyak adalah dengan jumlah karyawan maksimal 2 orang walaupun ada beberapa yang modalnya diatas 5 juta memiliki karyawan lebih dari lebih dari 5 orang sebanyak 33,3 %.

Tabel 4.16. Jumlah Pekerja Responden

Modal	Jumlah Karyawan			Total
	<= 2	3 - 5	> 5	
< = 1 Juta	90,5%	6,8%	2,7%	100,0%
1-5 Juta	92,9%	5,7%	1,4%	100,0%
> 5 Juta	59,5%	7,1%	33,3%	100,0%
Total	84,4%	6,5%	9,1%	100,0%

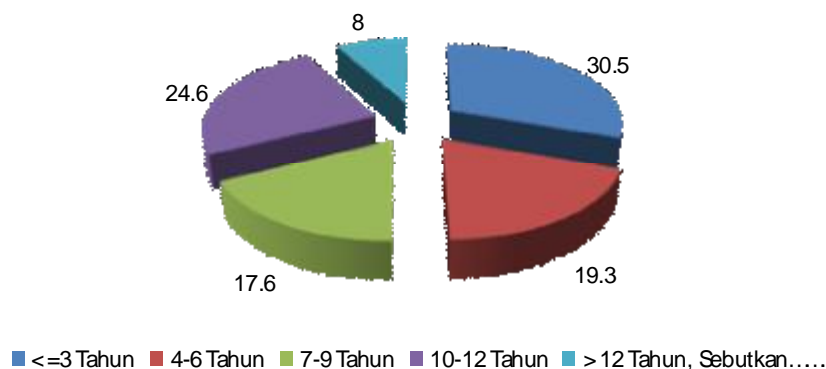
Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

4.3.1.8 Lama berdagang

Berdasarkan kategori lama berdagang, Gambar 4.9 memberikan deskripsi mengenai lama berdagang pengusaha mikro. Dapat dilihat, dari 187 orang responden di lapangan, 30,5 % responden dengan lama berdagang kurang dari 3 tahun, 19,3 % responden dengan lama berdagang antara 4 sampai dengan 6 tahun, 17,6 % responden dengan lama berdagang antara 7 sampai dengan 9 tahun, 24,6 % responden dengan lama berdagang antara 10 sampai dengan 12 tahun, 8 % responden dengan lama berdagang di atas 12 tahun. Dengan demikian, dapat

disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini yang lama berdagang kurang dari 3 tahun kurang dari 3 tahun yaitu sebanyak 30,5 %.

Gambar 4.9. Lama Berdagang Responden



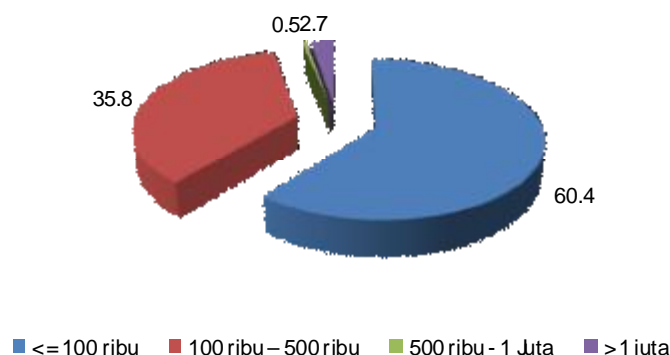
Tabel 4.17. Lama Berdagang Responden

No.	Uraian	Jumlah	Persentase (%)
1	<=3 Tahun	57	30.5
2	4-6 Tahun	36	19.3
3	7-9 Tahun	33	17.6
4	10-12 Tahun	46	24.6
5	> 12 Tahun, Sebutkan.....	15	8.0

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

4.3.1.9 Keuntungan bersih

Berdasarkan kategori keuntungan bersih, Gambar 4.10 memberikan deskripsi mengenai keuntungan bersih pengusaha mikro. Dapat dilihat, dari 187 orang responden di lapangan, 60,4 % responden dengan keuntungan bersih sampai dengan 100 ribu, 35,8% responden dengan keuntungan bersih 100 sampai dengan 500 ribu, 0,5% responden dengan keuntungan bersih 500 ribu sampai dengan 1 juta dan 2,7% responden dengan keuntungan bersih diatas 1 juta. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini mempunyai keuntungan bersih sampai dengan 100 ribu yaitu sebanyak 60,4 %.

Gambar 4.10. Keuntungan bersih Responden**Tabel 4.18. Keuntungan Responden**

No.	Uraian	Jumlah	Persentase (%)
1	<= 100 ribu	113	60,4
2	100 ribu – 500 ribu	67	35,8
3	500 ribu - 1 Juta	1	0.5
4	> 1 juta	6	2.7

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

Pada tabel 4.19 menunjukkan bahwa semakin besar modal maka semakin besar keuntungan yang akan diperoleh. Kelompok terbanyak yang adalah dengan keuntungan <= 100 ribu dengan modal <= 1 juta yaitu 83,6%. Sedangkan dari kelompok keuntungan 100-500 ribu dengan modal >5 juta sebanyak 66,7%.

Tabel 4.19. Modal Menurut Keuntungan Responden

Modal	Keuntungan				Total
	<= 100 ribu	100 ribu – 500 ribu	500 ribu - 1 Juta	> 1 juta	
<= 1 Juta	83,6%	16,4%			100,0%
1-5 Juta	57,1%	37,1%	1,4%	4,3%	100,0%
> 5 Juta	28,6%	66,7%		4,8%	100,0%
Total	61,1%	35,7%	,5%	2,7%	100,0%

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

4.3.2 Karakteristik Usaha Resoponden

4.3.2.1 Jenis Dagangan

Berdasarkan kategori jenis dagangan, Gambar 4.11 memberikan deskripsi mengenai jenis dagangan pengusaha mikro. Dapat dilihat, dari 187 orang responden di lapangan, 41,2 % responden dengan jenis dagangan makanan dan minuman siap saji, 25,7 % responden dengan jenis dagangan bahan mentah (sayuran, daging, ikan, telur, bumbu dapur dan lain-lain, 16,6 % responden

dengan menjual jasa seperti tukang cukur, tukang pijat, penjahit dan lain-lain dan 16,6 % responden dengan jenis dagangan lainnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini dengan jenis dagangan menjual makanan atau minuman siap saji yaitu sebanyak 41,2 %.

Gambar 4.11. Jenis Dagangan Responden



Tabel 4.20. Jenis Dagangan Responden

No.	Uraian	Jumlah	Persentase (%)
1	Makanan / minuman siap saji (makanan matang)	77	41.2
2	Bahan Mentah (Sayuran, Daging, Ikan, Telur, Bumbu dapur dan lain-lain)	48	25.7
3	Jasa seperti tukang cukur, tukang pijat, penjahit, dan lain-lain	31	16.6
4	Barang Lainnya (buku, mainan, pecah belah, dan lain-lain)	31	16.6

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

Tabel 4.21 menggambarkan bahwa kelompok jenis dagangan yang paling sedikit modalnya dengan modal \leq 1 juta adalah kelompok jenis dagangan makanan/minuman siap saji (makanan matang) sebanyak 68,8%, sedangkan kelompok jenis dagangan dengan modal paling besar dengan modal di atas 5 juta adalah kelompok jenis dagangan jasa seperti tukang cukur, tukang pijat, penjahit dan lain-lain sebanyak 51,6%.

Tabel 4.21. Modal Menurut Jenis Dagangan Responden

Jenis Dagangan	Modal			Total
	< = 1 Juta	1-5 Juta	> 5 Juta	
Makanan / minuman siap saji (makanan matang)	68,8%	27,3%	3,9%	100,0%
Bahan Mentah (Sayuran, Daging, Ikan, Telur, Bumbu dapur dan lain-lain)	25,0%	58,3%	16,7%	100,0%
Jasa seperti tukang cukur, tukang pijat, penjahit, dan lan-lain	6,5%	41,9%	51,6%	100,0%
Barang Lainnya (buku, mainan, pecah belah, dan lain-lain)	23,3%	26,7%	50,0%	100,0%
Total	39,8%	37,6%	22,6%	100,0%

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

Jika dilihat dari sisi keuntungan, kelompok jenis dagangan makanan/minuman siap saji (makanan matang) 80,5 % dari mereka memperoleh keuntungan <=100 ribu per hari, sedangkan untuk kelompok jenis dagangan jasa seperti tukang cukur, tukang pijat, penjahit, dan lan-lain 67,5% dari mereka memperoleh keuntungan 100 – 500 ribu per hari. Untuk lebih lengkapnya bisa dilihat di tabel 4.22.

Tabel 4.22. Keuntungan Menurut Jenis Dagangan Responden

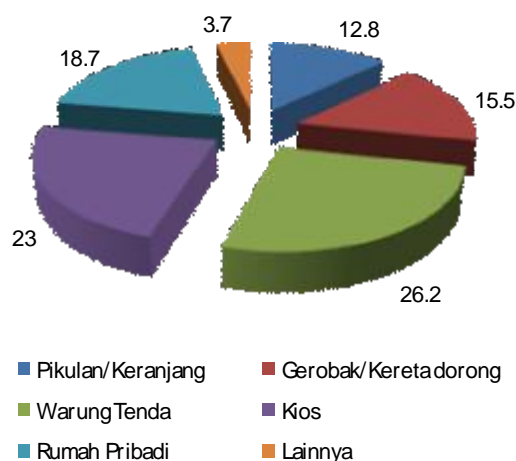
Jenis Dagangan	Keuntungan				Total
	< = 100 ribu	100 ribu – 500 ribu	500 ribu - 1 Juta	> 1 juta	
Makanan / minuman siap saji (makanan matang)	80,5%	18,2%		1,3%	100,0%
Bahan Mentah (Sayuran, Daging, Ikan, Telur, Bumbu dapur dan lain-lain)	59,6%	38,3%		2,1%	100,0%
Jasa seperti tukang cukur, tukang pijat, penjahit, dan lan-lain	29,0%	67,7%	3,2%		100,0%
Barang Lainnya (buku, mainan, pecah belah, dan lain-lain)	45,2%	45,2%		9,7%	100,0%
Total	60,8%	36,0%	,5%	2,7%	100,0%

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

4.3.2.2 Sarana Usaha

Berdasarkan kategori sarana usaha, Gambar 4.12 memberikan deskripsi mengenai sarana usaha pengusaha mikro. Dapat dilihat, dari 187 orang responden di lapangan, 12,8 % responden dengan menggunakan sarana usaha berupa pikulan atau keranjang, 15,5 % responden dengan menggunakan sarana usaha berupa gerobak atau kereta dorong, 26,2 % responden dengan menggunakan sarana usaha berupa tenda, 23 % responden dengan menggunakan sarana usaha berupa kios, 18,7 % responden dengan menggunakan sarana usaha berupa rumah pribadi dan 3,7 % responden dengan menggunakan sarana usaha lainnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sarana usahanya menggunakan warung tenda yaitu sebanyak 26,2 %.

Gambar 4.12. Sarana Usaha Responden



Tabel 4.23. Sarana Usaha

No.	Uraian	Jumlah	Persentase (%)
1	Pikulan/Keranjang	24	12.8
2	Gerobak/Kereta dorong	29	15.5
3	Warung Tenda	49	26.2
4	Kios	43	23.0
5	Rumah Pribadi	35	18.7
6	Lainnya	7	3.7

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

Jika dilihat dari sisi modal, kelompok sarana usaha yang paling besar modalnya adalah kelompok dengan sarana usaha rumah pribadi sebanyak 62,5%, sedangkan yang paling sedikit modalnya adalah kelompok sarana usaha yang

menggunakan pikulan/keranjang sebanyak 95,8%. Untuk lebih lengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.24.

Tabel 4.24. Modal Menurut Sarana Usaha

Sarana Usaha	Modal			Total
	<= 1 Juta	1-5 Juta	> 5 Juta	
Pikulan/Keranjang	95,8%	4,2%		100,0%
Gerobak/Kereta dorong	62,1%	37,9%		100,0%
Warung Tenda	50,0%	43,8%	6,3%	100,0%
Kios	9,3%	58,1%	32,6%	100,0%
Rumah Pribadi	14,3%	22,9%	62,9%	100,0%
Lainnya		57,1%	42,9%	100,0%
Total	39,8%	37,6%	22,6%	100,0%

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

Dari sisi keuntungan, 100% dari kelompok sarana usaha yang menggunakan pikulan/keranjang memiliki keuntungan <=100 ribu, sedangkan yang keuntungannya mencapai > 1 juta yaitu warung tenda sebanyak 6,1% dan rumah pribadi 5,7%. Penjabaran lebih lanjut bisa dilihat di tabel 4.25.

Tabel 4.25. Keuntungan Menurut Sarana Usaha

Sarana Usaha	Keuntungan				Total
	<= 100 ribu	100 ribu – 500 ribu	500 ribu - 1 Juta	> 1 juta	
Pikulan/Keranjang	100,0%				100,0%
Gerobak/Kereta dorong	79,3%	20,7%			100,0%
Warung Tenda	73,5%	18,4%	2,0%	6,1%	100,0%
Kios	30,2%	69,8%			100,0%
Rumah Pribadi	45,7%	48,6%		5,7%	100,0%
Lainnya	28,6%	71,4%			100,0%
Total	60,8%	36,0%	,5%	2,7%	100,0%

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

4.3.3 Karakteristik dengan Membayar Zakat

4.3.3.1 Usia

Hasil Survey 2007 yang dilakukan PIRAC menunjukkan tingkat kesadaran masyarakat yang menyatakan dirinya sebagai muzakki berdasarkan usia menunjukkan bahwa usia antara 26 tahun – 65 tahun merupakan kelompok yang memiliki tingkat kesadaran yang tinggi sebagai muzakki. Survei menunjukkan

semakin mapan atau tua seseorang menunjukkan tingkat kesadaran yang tinggi sebagai wajib zakat (Abidin dan Kurniawati, 2008:42-43).

Tabel 4.26. Pembayar Zakat Menurut Usia Responden

Usia	Bayar Zakat		Total
	Tidak	Ya	
<= 25 Tahun	73,1%	26,9%	100,0%
25 – 35 Tahun	68,8%	31,3%	100,0%
35 – 45 Tahun	68,1%	31,9%	100,0%
> 45 Tahun	56,7%	43,3%	100,0%
Total	65,2%	34,8%	100,0%

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

Kelompok usia yang membayar zakat adalah kelompok usia >45 tahun, sedangkan kelompok yang paling sedikit adalah kelompok <=25 tahun. Penjabaran tersebut dapat dilihat pada tabel 4.26 di atas.

Sebagian besar pengusaha mikro yang membayar zakat berdasarkan kelompok usia, menunjukkan adanya kesadaran yang tinggi untuk menunaikan zakat perdagangan. Pengusaha mikro yang paling banyak membayar zakat perdagangan adalah kelompok usia >45 tahun, yakni sebanyak 43% dan hampir 76% dana zakatnya disalurkan langsung dan tidak melalui BAZ/LAZ. Kelompok yang paling rendah keinginannya membayar zakat adalah kelompok usia <=25 tahun sebanyak 26,9%, hal itu boleh jadi karena kurang matangan diri mereka atau lingkungan serta pergaulan yang menjadikan mereka kurang menyadari pentingnya zakat untuk dirinya. Untuk itu diperlukan pendekatan yang efektif bagi kelompok ini karena kelompok usia <= 25 tahun merupakan kelompok usia yang masih sangat produktif.

Dari sisi penyaluran zakat yang paling banyak selain kelompok usia >45 tahun yang menyalurkan zakatnya secara langsung yaitu kelompok usia 25 -35 tahun sebanyak 70 % mereka (lihat tabel 4.27), hal ini perlu diambil langkah-langkah yang efektif jika BAZ/LAZ ingin meningkatkan pendapatan zakatnya melalui pengusaha mikro.

Tabel 4.27. Saluran Zakat Menurut Usia Responden

Usia	Saluran Zakat			Total
	BAZ/LAZ	Masjid	Langsung	
<= 25 Tahun		57,1%	42,9%	100,0%
25 – 35 Tahun		30,0%	70,0%	100,0%
35 – 45 Tahun	45,5%	9,1%	45,5%	100,0%
> 45 Tahun	3,8%	19,2%	76,9%	100,0%
Total	16,9%	21,5%	61,5%	100,0%

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

4.3.3.2 Pendidikan

Menurut penelitian yang dilakukan PIRAC (Abidin dan Kurniawati, 2008:13) bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan kesadarannya untuk membayar zakat semakin meningkat.

Tabel 4.28. Pembayar zakat menurut Pendidikan Responden

Pendidikan	BAYAR		Total
	Tidak	Ya	
SD / Tidak Sekolah	83,3%	16,7%	100,0%
SMP	77,4%	22,6%	100,0%
SMA/SMK	42,2%	57,8%	100,0%
Diploma/S1		100,0%	100,0%
Total	65,2%	34,8%	100,0%

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

Dari sisi pendidikan, pengusaha mikro memiliki pendidikan Diploma/S1 merupakan kelompok yang paling banyak membayar zakat yaitu mencapai 100%. Pengusaha mikro dengan pendidikan SMA/SMK juga merupakan yang potensial membayar zakat sebanyak 57%. Sedangkan berdasarkan penyaluran zakatnya mayoritas muzakki menyalurkannya secara langsung (lihat tabel 4.29).

Tabel 4.29. Saluran Zakat Pendidikan Responden

Pendidikan	Saluran Zakat			Total
	BAZ/LAZ	Masjid	Langsung	
SD / Tidak Sekolah		33,3%	66,7%	100,0%
SMP	10,5%	42,1%	47,4%	100,0%
SMA/SMK	24,3%	8,1%	67,6%	100,0%
Diploma/S1		33,3%	66,7%	100,0%
Total	16,9%	21,5%	61,5%	100,0%

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

4.3.3.3 Jenis Kelamin

Penelitian PIRAC (Abidin dan Kurniawati, 2008:46), tidak ada perbedaan yang signifikan antara laki-laki dan perempuan berkaitan dengan tingkat kesadaran sebagai muzakki. Artinya ada peluang yang sama dalam menggalang dana zakat antara laki-laki dan perempuan. Menunjukkan tidak adanya perbedaan antara laki-laki dan perempuan dalam menjalankan kewajiban berzakat.

Tabel 4.30. Pembayar Zakat menurut Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	BAYAR		Total
	Tidak	Ya	
Laki-laki	59,3%	40,7%	100,0%
Perempuan	74,3%	25,7%	100,0%
Total	65,2%	34,8%	100,0%

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

Dari sisi jenis kelamin, pengusaha mikro laki-laki merupakan kelompok yang paling banyak membayar zakat yaitu sebanyak 40,7%. Sedangkan berdasarkan penyaluran zakatnya mayoritas muzakki menyalurkannya secara langsung (lihat tabel 4.31) yaitu 65,2% laki-laki dan 52,6% perempuan.

Tabel 4.31. Saluran Zakat menurut Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Saluran Zakat			Total
	BAZ/LAZ	Masjid	Langsung	
Laki-laki	19,6%	15,2%	65,2%	100,0%
Perempuan	10,5%	36,8%	52,6%	100,0%
Total	16,9%	21,5%	61,5%	100,0%

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

4.3.3.4 Status Nikah

Dari sisi pembayar zakat, antara kelompok pengusaha mikro yang sudah menikah dengan kelompok yang tidak/belum menikah memiliki komposisi yang hampir sama (Lihat tabel 4.32).

Tabel 4.32. Pembayar Zakat Menurut Status Nikah Responden

Status Nikah	BAYAR		Total
	Tidak	Ya	
Menikah	65,1%	34,9%	100,0%
Tidak/Belum Menikah	66,7%	33,3%	100,0%
Total	65,2%	34,8%	100,0%

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

Sedangkan berdasarkan penyaluran zakatnya mayoritas muzakki menyalurkannya secara langsung (lihat tabel 4.33) yaitu 62,1% menikah dan 57,1% tidak/belum menikah.

Tabel 4.33. Saluran Zakat Menurut Status Nikah Responden

Status Nikah	Saluran Zakat			Total
	BAZ/LAZ	Masjid	Langsung	
Menikah	17,2%	20,7%	62,1%	100,0%
Tidak/Belum Menikah	14,3%	28,6%	57,1%	100,0%
Total	16,9%	21,5%	61,5%	100,0%

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

4.3.3.5 Jumlah Tanggungan

Tabel 4.34 menunjukkan bahwa yang terbanyak membayar zakat adalah dari kelompok jumlah tanggungan diatas 3 anak yaitu sebanyak 57,6%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak jumlah tanggungan pengusaha mikro semakin tinggi kesadarannya membayar zakat.

Tabel 4.34. Pembayar Zakat Menurut Jumlah Tanggungan Responden

Jumlah Tanggungan	BAYAR		Total
	Tidak	Ya	
0 - 1 Anak	73,8%	26,2%	100,0%
2 - 3 Anak	65,7%	34,3%	100,0%
> 3 Anak, Sebutkan	42,4%	57,6%	100,0%
Total	65,2%	34,8%	100,0%

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

Dari sisi penyaluran zakatnya, kelompok jumlah tanggungan paling banyak menyalurkan zakatnya secara langsung yaitu sebanyak 84,2%. Sedangkan yang terbanyak membayar ke BAZ/LAZ yaitu dari kelompok jumlah tanggungan 2-3 anak sebanyak 41,7% (lihat tabel 4.35).

Tabel 4.35. Jumlah Tanggungan Responden

Jumlah Tanggungan	Saluran Zakat			Total
	BAZ/LAZ	Masjid	Langsung	
0 - 1 Anak	4,5%	22,7%	72,7%	100,0%
2 - 3 Anak	41,7%	25,0%	33,3%	100,0%
> 3 Anak, Sebutkan		15,8%	84,2%	100,0%
Total	16,9%	21,5%	61,5%	100,0%

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

4.3.3.6 Asal

Jika dilihat dari asal pengusaha mikro maka terlihat bahwa yang terbanyak membayar zakat adalah kelompok pengusaha mikro yang berasal dari Jakarta yaitu sebanyak 43,1%.

Tabel 4.36. Pembayar Zakat Menurut Asal Responden

Asal	BAYAR		Total
	Tidak	Ya	
Jakarta	56,9%	43,1%	100,0%
Luar Kota Jakarta	69,7%	30,3%	100,0%
Total	65,2%	34,8%	100,0%

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

Dari sisi penyalurannya pembayar zakat khususnya yang berasal dari Jakarta paling banyak menyalurkan zakatnya secara langsung yaitu sebanyak 75% dan tidak ada yang menyalurkannya melalui BAZ/LAZ karena dilingkungan mereka banyak yang lebih membutuhkan yaitu sebanyak 89,3% (lihat tabel 4.37 dan table 4.38).

Tabel 4.37. Saluran Zakat Menurut Asal Responden

Asal	Saluran Zakat			Total
	BAZ/LAZ	Masjid	Langsung	
Jakarta		25,0%	75,0%	100,0%
Luar Kota Jakarta	29,7%	18,9%	51,4%	100,0%
Total	16,9%	21,5%	61,5%	100,0%

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

Tabel 4.38. Alasan Menyalurkan Zakat Menurut Asal Responden

Alasan Menyalurkan	Asal		Total
	Jakarta	Luar Jakarta	
Tidak mengetahui adanya BAZ/LAZ	7,1%	2,7%	4,6%
Tidak percaya terhadap BAZ/LAZ		2,7%	1,5%
Di lingkungan banyak yang lebih membutuhkan	89,3%	56,8%	70,8%
Lainnya, Sebutkan	3,6%	37,8%	23,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

4.3.3.7 Modal

Sebagian besar pengusaha mikro yang membayar zakat berdasarkan kelompok modal, menunjukkan adanya kesadaran yang tinggi untuk menunaikan zakat perdagangan. Pengusaha mikro yang paling banyak membayar zakat

perdagangan adalah kelompok modal >5 juta, yakni sebanyak 61,9% dan hampir 84,6% (lihat tabel 4.31) dana zakatnya disalurkan langsung dan tidak melalui BAZ/LAZ. Kelompok yang paling rendah keinginannya membayar zakat adalah kelompok modal \leq 1 juta sebanyak 13,5% (lihat tabel 4.39).

Tabel 4.39. Pembayar Zakat menurut Modal Responden

Modal	BAYAR		Total
	Tidak	Ya	
\leq 1 Juta	86,5%	13,5%	100,0%
1-5 Juta	58,6%	41,4%	100,0%
> 5 Juta	38,1%	61,9%	100,0%
Total	65,1%	34,9%	100,0%

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

Dari sisi penyaluran zakat yang paling banyak selain kelompok modal >5 juta yang menyalurkan zakatnya secara langsung yaitu kelompok modal \leq 1 juta sebanyak 60% (lihat tabel 4.40) dan yang paling besar menyalurkan zakatnya melalui BAZ/LAZ adalah kelompok modal 1-5 juta sebanyak 34,5 %.

Tabel 4.40. Saluran Zakat menurut Modal Responden

Modal	Saluran Zakat			Total
	BAZ/LAZ	Masjid	Langsung	
\leq 1 Juta		40,0%	60,0%	100,0%
1-5 Juta	34,5%	24,1%	41,4%	100,0%
> 5 Juta	3,8%	11,5%	84,6%	100,0%
Total	16,9%	21,5%	61,5%	100,0%

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

4.3.3.8 Keuntungan Bersih

Dilihat dari sisi keuntungan ternyata tidak menunjukkan bahwa jika keuntungan semakin besar maka semakin besar pula kemungkinannya membayar zakat. Dari kelompok keuntungan > 1 juta per hari yang tidak membayar zakat mencapai 60% (lihat tabel 4.41). Hal ini perlu diberikan penyadaran kepada mereka tentang pentingnya zakat perdagangan agar rezeki yang mereka dapatkan menjadi lebih berkah. Sebenarnya rezeki sedikit, tapi disyukuri, lebih bermakna dan berkah, jika dibandingkan rezeki banyak, justru disia-siakan. Rezeki itu bukan banyak atau sedikitnya, tapi apakah bermanfaat atau tidak, berkah atau tidak. Rezeki yang halal dapat menetralkan jiwa, sedangkan rezeki yang diperoleh

dengan cara-cara haram, bukan hanya membuat jiwa menjadi gelisah, resah, tak tenang, juga penjara dunia dan di akhirat azab sedang menanti.

Tabel 4.41. Pembayar Zakat Menurut Keuntungan Responden

Keuntungan	BAYAR		Total
	Tidak	Ya	
< = 100 ribu	79,6%	20,4%	100,0%
100 ribu – 500 ribu	41,8%	58,2%	100,0%
500 ribu - 1 Juta		100,0%	100,0%
> 1 juta	60,0%	40,0%	100,0%
Total	65,1%	34,9%	100,0%

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

Dari sisi penyalurannya, kelompok keuntungan > 1 juta per hari dari 40% yang membayar zakat yang menyalurkan secara langsung sebanyak 100%. Begitu pula dengan kelompok keuntungan 500 ribu – 1 juta perhari 100% dari mereka menyalurkannya zakat perdagangannya secara langsung. Hal tersebut perlu disikapi lebih jauh oleh BAZ/LAZ karena potensi mereka sangat besar bagi penerimaan zakat (lihat tabel 4.42).

Tabel 4.42. Saluran Zakat Menurut Keuntungan Responden

Keuntungan	Saluran Zakat			Total
	BAZ/LAZ	Masjid	Langsung	
< = 100 ribu		30,4%	69,6%	100,0%
100 ribu – 500 ribu	28,2%	17,9%	53,8%	100,0%
500 ribu - 1 Juta			100,0%	100,0%
> 1 juta			100,0%	100,0%
Total	16,9%	21,5%	61,5%	100,0%

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

4.3.3.9 Jenis Dagangan

Berdasarkan kategori jenis dagangan, kelompok yang paling banyak membayar zakat adalah kelompok dari jenis dagangan jasa seperti tukang cukur, tukang pijat, penjahit, dan lain-lain sebanyak 58,1%. Dan yang paling banyak tidak membayar zakat perdagangan adalah kelompok dari jenis dagangan makanan/minuman siap saji (makanan matang) sebanyak 77,9% (lihat tabel 4.43).

Tabel 4.43. Pembayar Zakat Menurut Jenis Dagangan Responden

Jenis Dagangan	BAYAR		Total
	Tidak	Ya	
Makanan / minuman siap saji (makanan matang)	77,9%	22,1%	100,0%
Bahan Mentah (Sayuran, Daging, Ikan, Telur, Bumbu dapur dan lain-lain)	58,3%	41,7%	100,0%
Jasa seperti tukang cukur, tukang pijat, penjahit, dan lain-lain	41,9%	58,1%	100,0%
Barang Lainnya (buku, mainan, pecah belah, dan lain-lain)	67,7%	32,3%	100,0%
Total	65,2%	34,8%	100,0%

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

Sedangkan dari sisi penyalurannya yang terbanyak menyalurkannya secara langsung adalah kelompok jenis dagangan yang menjual barang lainnya (buku, mainan, pecah belah, dan lain-lain) yaitu sebanyak 90%, dan yang paling banyak penyalurannya melalui BAZ/LAZ adalah kelompok jenis dagangan bahan mentah (sayuran, daging, ikan, telur, bumbu dapur dan lain-lain) sebanyak 45%. Untuk lebih lengkapnya dapat dilihat dalam tabel 4.44.

Tabel 4.44. Saluran Zakat Menurut Jenis Dagangan Responden

Jenis Dagangan	Saluran Zakat			Total
	BAZ/LAZ	Masjid	Langsung	
Makanan / minuman siap saji (makanan matang)		41,2%	58,8%	100,0%
Bahan Mentah (Sayuran, Daging, Ikan, Telur, Bumbu dapur dan lain-lain)	45,0%	30,0%	25,0%	100,0%
Jasa seperti tukang cukur, tukang pijat, penjahit, dan lain-lain	11,1%		88,9%	100,0%
Barang Lainnya (buku, mainan, pecah belah, dan lain-lain)		10,0%	90,0%	100,0%
Total	16,9%	21,5%	61,5%	100,0%

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

4.4 Analisis Logit

Analisis Logistic Binary Regression dimaksudkan untuk menganalisis pengaruh antara faktor-faktor yang mempengaruhi dan probabilitas preferensi pengusaha mikro dalam membayar zakat perdagangan atau tidak.

4.4.1 Hubungan Faktor-faktor Yang Mempengaruhi dengan Preferensi Pengusaha Mikro membayar zakat perdagangan

Membayar zakat perdagangan merupakan anjuran agama. Akan tetapi, banyak faktor yang menyebabkan seseorang tidak mengeluarkan zakat. Hal itulah yang menjadikan salah satu dasar penelitian ini.

Dengan menggunakan analisis binary logistic regression terhadap preferensi membayar zakat pengusaha mikro, maka mereka yang tidak membayar zakat perdagangan diberi nilai 0 dan yang membayar zakat perdagangan diberi nilai 1. karena variable bebas merupakan data kategori, maka dilakukan *re-coding* menjadi *dummy* variabel sebagaimana tabel 4.44 di bawah ini.

Tabel 4.45. Variabel terikat untuk pembayaran zakat perdagangan

Keterangan	Nilai
Tidak Membayar Zakat Perdagangan	0
Membayar Zakat Perdagangan	1

Sumber: Pengolahan Data Primer

Tabel 4.46 di bawah menjelaskan transformasi variabel tingkat ibadah, tingkat keyakinan dan pengetahuan zakat menjadi beberapa variabel dummy yaitu 0 dan 1. Seperti yang terlihat dari tabel tersebut, untuk nilai yang menjadi referensi (pembanding) semua *parameter coding*-nya bernilai 1.

Tabel 4.46. Categorical Variable Coding Untuk Pembayaran Zakat Perdagangan

Variabel Bebas	Frequency	Parameter coding
Tingkat Ibadah	Baik	116
	Tidak Baik	71
Tingkat Keyakinan	Yakin	56
	Tidak Yakin	131
Pengetahuan Zakat	Baik	51
	Kurang	136

Sumber: Pengolahan Data primer dengan SPSS

Tabel 4.47 menunjukkan hubungan antara tingkat keyakinan dengan pengetahuan zakat pengusaha mikro, tabel dibawah memperlihatkan bahwa semakin berilmu semakin yakin akan janji Allah akan manfaat zakat. Pengusaha mikro yang memiliki pengetahuan zakat kurang baik dan tidak yakin dengan janji Allah yang akan melipatgandakan hartanya sebanyak 82,4%, dan pengusaha

mikro yang memiliki pengetahuan zakat baik dan yakin akan manfaat zakat sebanyak 62,7%. Untuk lebih detailnya lihat tabel 4.47.

Tabel 4.47. Hubungan Pengetahuan Zakat dengan Keyakinan

Pengetahuan Zakat	Tingkat Keyakinan		Total
	Yakin	Tidak Yakin	
Baik	62.7%	37.3%	100.0%
Kurang	17.6%	82.4%	100.0%
Total	29.9%	70.1%	100.0%

Sumber: Pengolahan Data primer dengan SPSS

Berdasarkan Tabel 4.48 terlihat bahwa sebanyak 82,4% pengusaha mikro yang pengetahuan zakatnya baik memiliki tingkat ibadah yang baik, walaupun ada juga yang pengetahuan zakatnya baik tapi ibadahnya kurang baik sebanyak 17,6%. Tabel di bawah juga menunjukkan bahwa pengusaha mikro yang berpengetahuan zakat kurang dan memiliki tingkat ibadah baik mencapai 54,4%. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan zakat kurang bukan berarti ibadahnya kurang, karena selisih antara yang ibadahnya baik dengan yang tidak baik untuk pengetahuan zakat kurang tidak begitu jauh.. Untuk lebih detailnya lihat tabel 4.48.

Tabel 4.48. Hubungan Pengetahuan Zakat dengan Tingkat Ibadah

Pengetahuan Zakat	Tingkat Ibadah		Total
	Baik	Tidak Baik	
Baik	82.4%	17.6%	100.0%
Kurang	54.4%	45.6%	100.0%
Total	62.0%	38.0%	100.0%

Sumber: Pengolahan Data primer dengan SPSS

Berdasarkan Tabel 4.49 terlihat bahwa sebanyak 83,9% pengusaha mikro yang yakin akan janji Allah baik memiliki tingkat ibadah yang baik, walaupun ada juga yang pengetahuan zakatnya baik tapi ibadahnya kurang baik sebanyak 16,1%. Tabel di bawah juga menunjukkan bahwa pengusaha mikro yang yakin akan janji Allah dan memiliki tingkat ibadah baik mencapai 52,7%. Hal ini menunjukkan bahwa yang tidak yakin akan janji Allah bukan berarti ibadahnya kurang, karena selisih antara yang ibadahnya baik dengan yang tidak baik untuk yang tidak yakin tidak begitu jauh.. Untuk lebih detailnya lihat tabel 4.49.

Tabel 4.49. Hubungan Keyakinan dengan Tingkat Ibadah

Tingkat Keyakinan	Tingkat Ibadah		Total
	Baik	Tidak Baik	
Yakin	83.9%	16.1%	100.0%
Tidak Yakin	52.7%	47.3%	100.0%
Total	62.0%	38.0%	100.0%

Sumber: Pengolahan Data primer dengan SPSS

Tabel 4.50 di bawah merupakan nilai *Chi Square* (χ^2) dari model regresi. Sebagaimana halnya model regresi linear dengan metode OLS, kita juga dapat melakukan pengujian arti penting model secara keseluruhan. Jika metode OLS menggunakan uji F, maka pada model logit menggunakan uji G. Statistik G ini menyebar menurut sebaran *Chi Square* (χ^2). Karenanya dalam pengujiannya, nilai G dapat dibandingkan dengan nilai χ^2 tabel pada α tertentu dan derajat bebas k-1. (kriteria pengujian dan cara pengujian persis sama dengan uji F pada metode regresi OLS).

Dari output SPSS, didapatkan nilai χ^2 sebesar 102,979 dengan p-value 0,000. Karena nilai ini jauh dibawah 5% (jika menggunakan pengujian dengan $\alpha=5\%$), maka dapat disimpulkan bahwa model regresi logistik secara keseluruhan dapat menjelaskan atau memprediksi keputusan pengusaha mikro dalam membayar zakat perdagangan.

Tabel 4.50. Tabel uji seluruh model (Uji G) dengan *Chi Square*

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	102,979	3	,000
	Block	102,979	3	,000
	Model	102,979	3	,000

Sumber: Pengolahan Data primer dengan SPSS

Pada Tabel 4.51 diketahui besarnya nilai -2 Log Likelihood adalah 138,604. Uji G ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan variable dapat dimasukkan ke dalam model. Pada tabel 4.48 diketahui besarnya nilai *Nagelkerke R Square* sebesar 0.584, hal ini menunjukkan bahwa variable terikat yang dapat dijelaskan oleh variable bebas sebesar 58,4 % dan sisanya 41,6 % sisanya dijelaskan oleh variable lain.

Tabel 4.51. Tabel uji seluruh model (Uji G) dengan Nagelkerke R Square

Step	-2 Log likelihood	Nagelkerke R Square
1	138,604(a)	,584

Sumber: Pengolahan Data primer dengan SPSS

Tabel 4.52. Variabel dalam model

		B	S.E.	Wald	Sig.	Exp(B)
Step 1(a)	PZ(1)	2,884	,492	34,376	,000	17,892
	YAKIN(1)	1,571	,452	12,080	,001	4,810
	IBDH(1)	1,482	,525	7,961	,005	4,402
	Constant	-3,094	,509	37,025	,000	,045

Sumber: Pengolahan Data primer dengan SPSS

Tabel 4.52. memperlihatkan bahwa ternyata uji koefisien yang dilakukan secara individu dengan uji Wald menunjukkan bahwa seluruh koefisien signifikan pada $\alpha = 5\%$ maka dapat disimpulkan bahwa model regresi logistik secara keseluruhan dapat menjelaskan atau memprediksi keputusan pengusaha mikro dalam membayar zakat perdagangan. Tabel 4.51 juga memberikan estimasi koefisien model dan pengujian hipotesis parsial dari koefisien model. Dalam pelaporannya, model regresi logistiknya dapat dituliskan sebagai berikut:

$$\hat{Y}_i = P(x_i) = \frac{1}{1 + e^{-(b_0 + b_1 PZ_0 + b_2 YAKIN_0 + b_3 IBDH_0)}} \quad (4.1)$$

Dari tabel 4.28 diatas menjadi sebagai berikut:

$$\hat{Y}_i = P(x_i) = \frac{1}{1 + e^{-(-3,094 + 2,884 PZ_0 + 1,571 YAKIN_0 + 1,482 IBDH_0)}} \quad (4.2)$$

Model ini merupakan model peluang membayar zakat perdagangan [(P(xi)] yang dipengaruhi oleh faktor-faktor pengetahuan zakat, tingkat keyakinan dan tingkat ibadah. Model tersebut adalah bersifat non-linear dalam parameter. Selanjutnya, untuk menjadikan model tersebut linear, dilakukan transformasi dengan logaritma natural, (transformasi ini yang menjadi hal penting dalam regresi logistik dan dikenal dengan istilah "logit transformation"), sehingga menjadi:

$$g(xi) = \ln \frac{p}{(1-p)} = -3,094 + 2,884 \text{ PZ0} + 1,571 \text{ YAKIN0} + 1,482 \text{ IBDH0} \quad (4.3)$$

1-p adalah peluang tidak membayar zakat perdagangan, sebagai kebalikan dari p sebagai peluang membayar zakat perdagangan. Oleh karenanya, $\ln [p/1-p]$ secara sederhana merupakan log dari perbandingan antara peluang membayar zakat perdagangan dengan peluang tidak membayar zakat perdagangan. Oleh karenanya juga, koefisien dalam persamaan ini menunjukkan pengaruh dari pengetahuan zakat, tingkat keyakinan dan tingkat ibadah terhadap peluang relatif individu membayar zakat perdagangan yang dibandingkan dengan peluang tidak membayar zakat perdagangan.

Dengan nilai intersep sebesar -3,094, yang berarti bahwa pada saat semua variabel bernilai 0, yaitu pengetahuan zakat kurang, tidak yakin dengan keyakinannya dan tingkat ibadah yang tidak baik memiliki probabilitas membayar zakat perdagangan sebesar :

$$\begin{aligned} \ln(p/1-p) &= -3,094 \\ (p/1-p) &= e^{-3,094} \\ p &= e^{-3,094} / (1 + e^{-3,094}) \\ &= 0,047472 \\ &= 4,75 \% \end{aligned}$$

Angka tersebut menunjukkan bahwa probabilitas pembanding (variabel berkode 0) membayar zakat perdagangan sebesar 4,75 % jika pengetahuan zakatnya kurang baik, tingkat keyakinan tidak yakin dan tingkat ibadah kurang baik, sedangkan probabilitas pengusaha mikro yang tidak/belum membayar zakat perdagangan adalah 1-p atau sebesar 95,25 % jika pengetahuan zakatnya kurang baik, tingkat keyakinan tidak yakin dan tingkat ibadah kurang baik.

Selanjutnya, untuk menguji faktor mana yang berpengaruh nyata terhadap keputusan pilihan membayar zakat perdagangan tersebut, dapat menggunakan uji signifikansi dari parameter koefisien secara parsial dengan statistik uji Wald, yang serupa dengan statistik uji t atau uji Z dalam regresi linear biasa, yaitu dengan membagi koefisien terhadap *standard error* masing-masing koefisien.

Dari tabel 4.52 ditampilkan nilai Wald dan p-valuenya. Berdasarkan nilai p-value (dan menggunakan kriteria pengujian $\alpha=5\%$), dapat dilihat seluruh

variabel ternyata berpengaruh nyata (memiliki p-value dibawah 5%) terhadap keputusan membayar zakat perdagangan.

Dalam model regresi linear, koefisien β_i menunjukkan perubahan nilai variabel dependent sebagai akibat perubahan satu satuan variabel independent. Hal yang sama sebenarnya juga berlaku dalam model regresi logit, tetapi secara matematis sulit diinterpretasikan. Koefisien dalam model logit menunjukkan perubahan dalam logit sebagai akibat perubahan satu satuan variabel independent. Interpretasi yang tepat untuk koefisien ini tentunya tergantung pada kemampuan menempatkan arti dari perbedaan antara dua logit. Oleh karenanya, dalam model logit, dikembangkan pengukuran yang dikenal dengan nama *odds ratio* (ψ). Odds ratio untuk masing-masing variabel ditampilkan oleh SPSS sebagaimana yang terlihat tabel diatas (kolom Exp(B)).

Odds ratio dapat dirumuskan: $\psi = \exp(\beta)$, dimana exp atau e adalah bilangan 2,71828 dan β adalah koefisien masing-masing variabel. Sebagai contoh, odds ratio untuk variabel PZ(1) = $\exp(2,884) = 17,885$ (lihat tabel 4.49).

4.4.2 Analisis Pengetahuan Zakat

Sesungguhnya Islam adalah agama yang menghargai ilmu pengetahuan. Bahkan Allah sendiri lewat Al Qur'an meninggikan orang-orang yang berilmu dibanding orang-orang awam beberapa derajat. "*Niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat.*" (Al Mujadilah: 11).

Zakat merupakan ibadah sosial. Dari prespektif sosiologi, zakat bertujuan memperkuat kohesi sosial, oleh karena zakat berpotensi meneguhkan hubungan di antara Muslim melalui praktik filantropi orang kaya terhadap orang miskin (Abidin dan Kurniawati, 2008: 3). Oleh karena itu, pengetahuan zakat diperlukan untuk meningkatkan kesadaran sosial masyarakat sehingga otomatis meninggikan derajatnya baik dihadapan Allah maupun dihadapan manusia lainnya.

Dalam kasus variabel pengetahuan zakat (pengetahuan zakat dimana 0 = baik dan 1 = kurang), dengan *odds ratio* sebesar 17,892 (lihat tabel 4.49) dapat diartikan bahwa pengusaha mikro yang berpengetahuan zakatnya baik peluang membayar zakat perdagangannya adalah 17,892 kali dibandingkan pengusaha

mikro yang berpengetahuan zakat kurang, jika tingkat keyakinan dan tingkat ibadah mereka sama. Artinya pengusaha mikro yang pengetahuan zakatnya baik memiliki peluang yang lebih tinggi dalam membayar zakat perdagangan.

Hasil uji diatas menjelaskan bahwa ilmu tentang ajaran agama dapat menjadi modal bagi seseorang untuk mendapatkan tujuan hidupnya. Ilmu sebelum beramal sangat penting karena kesesuaian perbuatan dengan aturan syariat Islam menjadi salah satu syarat diterimanya amal perbuatan. Demikian komentar Fudhail bin 'Iyadh ketika beliau ditanya tentang ayat "*ayyukum ahsanu 'amala*". Beliau mengatakan bahwa amal yang paling baik adalah amal yang paling ikhlas karena Allah dan amal yang dilakukan paling sesuai dengan tatacara syariat Islam. Untuk sesuai dengan syariat Islam, maka seorang muslim harus memahami ajaran Islam. Semakin luas dan dalam pemahamannya terhadap ajaran Islam, semakin baik nilai perbuatannya.

Nilai perbuatan seseorang ditentukan dengan ilmu, sehingga antara perbuatan orang yang berilmu dengan perbuatan orang yang tidak berilmu akan berbeda nilainya di sisi Allah. Allah berfirman: "Katakanlah (hai Muhammad), "Apakah sama orang yang mengetahui dengan orang yang tidak mengetahui..." (Az-Zumar: 9).

Tentunya pengusaha mikro yang tahu tata cara jual beli akan mendapatkan pahala yang berbeda dengan pengusaha mikro yang berjual-beli hanya mengejar dunia saja atau hanya mengikuti orang lain, sedangkan dia sendiri tidak mengerti aturan jual-beli dalam islam dan aturan zakat perdagangan dalam islam.

Tabel 4.53 di bawah memperlihatkan komposisi responden, yaitu dari total responden yang memiliki pengetahuan zakat baik dan mereka mengetahui tentang zakat perdagangan, baik dari segi hukum dan besarannya, sebanyak 84,3 % membayar zakat perdagangan dan 15,7% yang tidak membayar zakat perdagangan. Kemudian dari total responden yang memiliki pengetahuan zakat kurang, 16,2% membayar zakat dan 83,8% tidak membayar zakat. Hal tersebut memperlihatkan bahwa semakin baik pengetahuan zakat seseorang akan semakin berkeinginan untuk membayar zakat perdagangan. Jika kita lihat lebih lanjut, dari total responden terlihat bahwa antara yang membayar zakat perdagangan dengan yang tidak membayar jumlah yang tidak membayar lebih besar dari yang

membayar. Hal ini disebabkan karena sebagian dari mereka menganggap zakat perdagangan adalah amalan sunnah dan bukan merupakan kewajiban.

Tabel 4.53. Membayar Zakat Menurut Pengetahuan Zakat

Pengetahuan Zakat	BAYAR ZAKAT		Total
	Tidak	Ya	
Baik	15,7%	84,3%	100,0%
Kurang	83,8%	16,2%	100,0%
Total	65,2%	34,8%	100,0%

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

Allah telah memerintahkan manusia untuk terus belajar. Di antara ayat yang memerintahkan belajar adalah surat Al-Alaq ayat 1-5. Rasulullah saw. juga memerintahkan umatnya untuk menuntut ilmu, bahkan kalau perlu sampai ke negeri [Cina](#). Di antara hadits yang memerintahkan umat Islam untuk belajar dan menuntut ilmu adalah: “Menuntut ilmu adalah suatu kewajiban atas tiap muslim dan muslimah.” (H.R. Bukhari dan Ibnu Majah). Dalam doa, Rasulullah saw. mengajarkan umatnya untuk meminta ditambahkan ilmu pengetahuan. Artinya bahwa manusia dapat menjadi lebih baik dan mendapatkan kebaikan yang banyak jika senantiasa menambah ilmu dan wawasan keislamannya. Kebaikan untuk dunia dan kebaikan untuk akhirat dapat diraihinya dengan luas dan dalam ilmunya. Semakin luas wawasannya, semakin baik kehidupannya.

Membayar zakat perdagangan adalah ibadah, dalam ibadah harus disertai dengan ilmu. Jika ada orang yang melakukan ibadah tanpa didasari ilmu tidak ubahnya dengan orang yang mendirikan bangunan di tengah malam dan kemudian menghancurkannya di siang hari. Begitu juga, hal ini pun berlaku pada amal perbuatan yang lain, dalam berbagai bidang. Memimpin sebuah negara, misalnya, harus dengan ilmu. Negara yang dipimpin oleh orang bodoh akan dilanda kekacauan dan kehancuran. Ilmu adalah pemimpin dan pembimbing amal perbuatan. Amal akan berkembang bila didasari ilmu. Berbuat tanpa didasari pengetahuan tidak ubahnya dengan berjalan bukan di jalan yang benar, tidak mendekatkan kepada tujuan melainkan menjauhkan. Dalam semua aspek kegiatan manusia harus disertai dengan ilmu, baik itu yang berupa amal ibadah mau pun amal perbuatan lainnya.

Tabel 4.54 di bawah memperlihatkan pengetahuan zakat menurut keuntungan, 85,8% dari pengusaha mikro yang berpengetahuan zakat kurang

memiliki keuntungan perharinya kurang dari 100 ribu rupiah. Walaupun ada sekitar 14,2% yang berpengetahuan zakat baik memiliki keuntungan kurang dari 100 ribu perhari. Jika diperhatikan lebih lanjut tabel 4.54, terlihat bahwa pengusaha mikro yang pengetahuan zakat baik, jumlah total dari sisi keuntungan juga semakin meningkat. Tetapi bukan berarti hal tersebut menjadikan bahwa ilmu pengetahuan tidak berpengaruh terhadap keuntungan karena keuntungan adalah rezki dan hakikat rezki adalah pemberian jatah dari Allah yang sudah ditetapkan Allah sejak zaman azali. Manusia tidak diperintahkan memohon agar rezkinya ditambah, karena tiap manusia sudah dijatah bagiannya, tidak kurang dan tidak lebih. Rezeki harus diraih dan untuk meraihnya memerlukan pengetahuan, jika ia pengusaha mikro muslim maka ilmu jual beli dalam islam perlu dipelajari dan bila mendapatkan keuntungan maka ia harus menunaikan zakatnya. Untuk lebih lengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.54.

Tabel 4.54. Pengetahuan Zakat Menurut Keuntungan

Keuntungan	Pengetahuan Zakat		Total
	Baik	Kurang	
< = 100 ribu	14,2%	85,8%	100,0%
100 ribu – 500 ribu	46,3%	53,7%	100,0%
500 ribu - 1 Juta	100,0%		100,0%
> 1 juta	60,0%	40,0%	100,0%
Total	27,4%	72,6%	100,0%

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

4.4.3 Analisis Tingkat Keyakinan

Rasulullah pernah bersabda yang intinya, untuk memperoleh dunia membutuhkan ilmu, begitu pula untuk memperoleh akhirat juga membutuhkan ilmu, segalanya membutuhkan ilmu. Ada fenomena yang fatal mengenai ilmu. Dalam konsep pendidikan kita ilmu tidak dinikmati sebagai makanan akal dan jiwa, tetapi diorientasikan untuk mengejar materi. Sehingga ada paradigma ‘sekolahlah setinggi-tingginya agar pekerjaanmu terjamin’. Fenomena yang lain adalah pemisahan ilmu pengetahuan.

Ilmu pada hakikatnya difungsikan untuk mengarahkan jiwa, membuat jiwa kita berdaya dalam menghadapi berbagai fenomena kehidupan. Begitu pula dalam mengarahkan akal dan jiwa kita pada keyakinan, juga membutuhkan ilmu. Salah satunya adalah keyakinan bahwa Allah akan memberikan kebaikan terhadap

setiap manusia selama manusia berbuat kebaikan karena keyakinan yang benar menjadi hal yang sangat penting dalam kehidupan.

Setiap kita pasti ingin mendapat kebaikan dari Allah. Karena itu segala sarana yang dapat kita lakukan untuk mendapatkannya, pasti akan kita lakukan. Allah berfirman: “Hikmah itu akan diberikan kepada orang yang dikehendaki Allah. Barang siapa yang telah diberikan hikmah, sesungguhnya dia telah diberikan kebaikan yang banyak.” (Al-Baqarah: 269)

Namun sifat manusia senantiasa terbelit dengan sikap tamaknya hingga bergunung-gunung emas yang ia dapatkan namun kembali ingin merengkuh gunung emas yang ada nun jauh di sana. Satu lagi karena ini adalah masalah keyakinan. Dan zakat adalah pembuktian adanya keyakinan di dalam dada.

Maka berbicara tentang keimanan-karena ia adalah sesuatu yang abstrak, tak kasat mata-ia meyakini bahwa zakat, infaq ataupun shadaqah takkan membuat hartanya berkurang sedikitpun. Bahkan ia meletakkan zakat, infaq dan shadaqah adalah solusi atas setiap permasalahannya. Membuat hartanya kian banyak dari hari ke hari.

Tabel 4.55 dibawah menunjukkan bahwa terdapat 85,5% responden yang pengetahuan zakatnya kurang dan tidak yakin akan janji Allah terhadap kebaikan zakat. Kemudian ada sekitar 57,1% memiliki pengetahuan zakat baik dan sangat yakin dengan janji Allah yang akan memberikan kebaikan pada dirinya baik di dunia dan di akhirat. Tabel di bawah juga memperlihatkan bahwa semakin baik pengetahuan zakat seseorang semakin meningkatkan keyakinannya terhadap janji Allah. Walaupun ada sebagian yang memiliki pengetahuan zakat baik tapi masih kurang yakin dengan janji Allah, hal tersebut bisa jadi karena orang tersebut kurang mengamalkan ilmunya. Imam Ali bin Abi Thalib juga menjelaskan tentang hubungan ilmu dan amal, beliau berkata, “Ilmu adalah pemimpin amal, dan amal adalah pengikutnya”. Demikian juga dengan sabda Rasulullah saw, “Barangsiapa beramal tanpa ilmu maka apa yang dirusaknya jauh lebih banyak dibandingkan yang diperbaikinya.”, kemudian Imam Ali bin Abi Thalib menjelaskan kembali bahwa, “Ilmu diiringi dengan perbuatan. Barangsiapa berilmu maka dia harus berbuat. Ilmu memanggil perbuatan. Jika dia menjawabnya maka ilmu tetap bersamanya, namun jika tidak maka ilmu pergi darinya.” (Nashoihul Ibad)

Dari penjelasan tersebut, jika seseorang berilmu maka ia harus diiringi dengan amal. Amal ini akan mempunyai nilai jika dilandasi dengan ilmu, begitu juga dengan ilmu akan mempunyai nilai atau makna jika diiringi dengan amal. Keduanya tidak dapat dipisahkan dalam perilaku manusia. Sebuah perpaduan yang saling melengkapi dalam kehidupan manusia, yaitu setelah berilmu lalu beramal.

Ilmu adalah kunci untuk membuka dunia ini. Kesuksesan seseorang berangkat dari ilmu pengetahuan yang dimilikinya. Ilmu pengetahuan mendekatkan kita pada pintu kesuksesan. Beruntunglah orang yang berilmu dibandingkan dengan orang yang tidak memilikinya sebagaimana termaktub dalam Surat Az-Zumar ayat 9, “*Apakah sama orang-orang yang mengetahui dengan orang-orang yang tidak mengetahui?* “. Sedangkan pengertian iman adalah mengikrarkan dalam hati, melafazdkan dengan lisan, dan mengaplikasikan melalui perbuatan anggota badan. Hidup dalam iman dan keyakinan adalah awal dari kesuksesan dimana orang beriman akan memiliki sifat optimis yang tinggi sebagai modal awal dalam meraihnya sekalipun ia mengalami kegagalan dan melewati berbagai rintangan. karena dengan iman dan keyakinan ia percaya sepenuhnya pada sang Pencipta yang telah mempersiapkan segalanya. Orang beriman selalu membungkus usahanya dengan doa. Jadi, dalam naungan iman kita akan merasa tenang bila telah melakukan yang terbaik seperti kata orang bijak “Dalam meraih kesuksesan, lakukan setengahnya dengan memberikan yang terbaik dan biarkan Allah melakukan yang setengahnya lagi lalu lihatlah apa yang terjadi”. Untuk lebih lengkapnya lihat tabel 4.55 di bawah.

Tabel 4.55. Pengetahuan Zakat Menurut Tingkat Keyakinan

Tingkat Keyakinan	Pengetahuan Zakat		Total
	Baik	Kurang	
Yakin	57,1%	42,9%	100,0%
Tidak Yakin	14,5%	85,5%	100,0%
Total	27,3%	72,7%	100,0%

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

Dalam kasus variabel tingkat keyakinan (tingkat keyakinan dimana 0 = yakin dan 1 = tidak yakin), dengan *odds ratio* sebesar 4,810 (lihat tabel 4.49) dapat diartikan bahwa pengusaha mikro yang yakin akan janji Allah peluang membayar zakat perdagangannya adalah 4,810 kali dibandingkan pengusaha

mikro yang tidak yakin, jika pengetahuan zakat dan tingkat ibadah mereka sama. Artinya pengusaha mikro yang yakin memiliki peluang yang lebih tinggi dalam membayar zakat perdagangan.

Tabel 4.56 di bawah memperlihatkan komposisi responden yang yakin dengan janji Allah tersebut yaitu sebanyak 71,4% yang membayar zakat perdagangan sedangkan sisanya sebesar 28,6% tidak membayar zakat perdagangan, besarnya persentase pengusaha mikro yang membayar zakat perdagangan bisa jadi disebabkan adanya kepuasan dan ketenangan batin yang mereka rasakan sebagai salah satu manfaat dari membayar zakat. Kemudian untuk responden yang tidak yakin ada sebanyak 19,1% membayar zakat perdagangan dan 80,9% tidak membayar zakat perdagangan. Hal tersebut memperlihatkan bahwa semakin tinggi keyakinan seseorang terhadap janji Allah maka akan semakin tinggi keinginannya untuk membayar zakat perdagangan..

Tabel 4.56. Membayar Zakat Menurut Tingkat Keyakinan

Tingkat Keyakinan	BAYAR ZAKAT		Total
	Tidak	Ya	
Yakin	28,6%	71,4%	100,0%
Tidak Yakin	80,9%	19,1%	100,0%
Total	65,2%	34,8%	100,0%

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

Tabel 4.56 juga memperlihatkan hubungan antara keimanan dan amal sholeh. Keyakinan akan janji Allah merupakan bagian dari keimanan, sedangkan membayar zakat perdagangan bagi pengusaha mikro merupakan bagian dari amal sholeh. Rasulullah SAW bersabda, “Allah tidak menerima iman tanpa amal perbuatan dan tidak pula menerima amal perbuatan tanpa iman.” (HR. Ath-Thabrani).

Dari hadis di atas tampak jelaslah bahwa keimanan kita harus diikuti dengan amal sholeh. Keimanan tanpa amal secara jelas suatu kesia-siaan belaka, demikian sebaliknya. Dengan ungkapan lain, keimanan merupakan keniscayaan bagi amal sholeh dan begitu juga sebaliknya, amal sholeh merupakan keniscayaan bagi iman itu sendiri. Rasulullah saw menegaskan sebagai berikut, “Lakukan apa yang mampu kamu amalkan. Sesungguhnya Allah tidak jemu sehingga kamu sendiri jemu.” (HR. Bukhari). Al Quran dalam surah Al-Baqarah ayat 254, yang berbicara tentang hubungan beramal saleh dengan harta (kedermawanan). Perintah

berdermawan (amal saleh) disampaikan dalam bentuk kalimat perintah yang tegas, bahkan diikuti dengan penekanan untuk bersegera melakukannya sebelum kesempatan itu hilang. Demikian bunyi ayat tersebut, “Hai orang-orang yang beriman, belanjakanlah (di jalan Allah) sebagian dari rezki yang telah Kami berikan kepadamu sebelum datang hari yang pada hari itu tidak ada lagi jual beli dan tidak ada lagi *syafa'at*. Dan orang-orang kafir itulah orang-orang yang zalim.”

4.4.4 Analisis Tingkat Ibadah

Ibadah, dalam berbagai agama di dunia ini termasuk hal yang sudah menjadi kewajiban bahkan kebutuhan. Dalam Islam, ibadah merupakan sarana untuk berkomunikasi ‘vertikal’ dengan Allah SWT. Melalui ibadah, kita membutuhkan keikhlasan dan kepasrahan secara utuh dan menyeluruh. Dengan keikhlasan dalam beribadah itulah Allah menilai keimanan dan ketaqwaan kita, yang mana ketaqwaan inilah sebagai parameter derajat kita di sisi Allah.

Ibadah tidak hanya berfungsi sebagai hubungan hamba dengan Pencipta, akan tetapi juga dapat berfungsi sebagai kontrol sosial. Hal ini tentunya dapat dibuktikan apabila sholat –sebagai ibadah pokok– seseorang baik, maka akhlaknya juga baik, begitu juga sebaliknya. Hal ini dapat ditemui dengan banyaknya ayat Al Quran yang menyejajarkan antara shalat dengan zakat serta mewajibkan membayar zakat fitrah pada saat puasa di bulan Ramadhan.

Semua ibadah, baik haji, sholat, puasa, zakat, itu semua muaranya adalah pada solidaritas sosial. Solat sendiri, dimulai dari Allahuakbar, sangat vertical, kemudian diakhiri dengan salam, tengok kanan dan kiri, itu horizontal. Bahkan ada ayat yang mengatakan, hati-hati ibadah akan hilang pahalanya oleh dosa sosial. Ada hadis yang menyebutkan, bahwa tidak akan masuk sorga orang yang tidak menghargai tetangganya.

Dalam kasus variabel tingkat ibadah (tingkat ibadah dimana 0 = baik dan 1 = tidak baik), dengan *odds ratio* sebesar 4,402 (lihat tabel 4.52) dapat diartikan bahwa pengusaha mikro yang tingkat ibadahnya baik peluang membayar zakat perdagangannya adalah 4,402 kali dibandingkan pengusaha mikro yang tingkat ibadahnya tidak baik, jika pengetahuan zakat dan tingkat keyakinan mereka sama.

Artinya pengusaha mikro yang tingkat ibadahnya baik memiliki peluang yang lebih tinggi dalam membayar zakat perdagangan.

Jika dilihat dari sebaran datanya terhadap yang tidak membayar zakat perdagangan terlihat bahwa 50,9 % responden merupakan orang yang rutin mengerjakan sholat 5 waktu, puasa di bulan Ramadhan dan kadang-kadang melakukan ibadah-ibadah sunnah seperti shalat sunnah, puasa sunnah dan membaca Al Quran.

Dari tabel 4.57 di bawah juga memperlihatkan komposisi responden yang memiliki tingkat ibadah yang baik yaitu 48,3% dari mereka rutin melakukan ibadah-ibadah wajib, walaupun diantara mereka ada yang rutin melakukan ibadah sunnah, ada pula yang kadang-kadang melaksanakan ibadah bahkan ada pula yang tidak melakukan ibadah sunnah hanya yang wajib saja, sedangkan sebanyak 51,7% dari responden tidak membayar zakat perdagangan. Jika kita lihat lebih lanjut ada sekitar 12,7% responden yang memiliki tingkat ibadah tidak baik itu membayar zakat perdagangan padahal mereka termasuk yang sering lalai atau kadang-kadang dalam melaksanakan salah satu ibadah wajib bahkan dan 87,3% responden tidak membayar zakat perdagangan. Untuk lebih lengkapnya dapat dilihat pada table 4.57.

Tabel 4.57. Membayar Zakat Menurut Tingkat Ibadah

Tingkat Ibadah	BAYAR ZAKAT		Total
	Tidak	Ya	
Baik	51,7%	48,3%	100,0%
Tidak Baik	87,3%	12,7%	100,0%
Total	65,2%	34,8%	100,0%

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

Jika kita kaji lebih lanjut mengenai ibadah. Ibadah terdiri dari ibadah *mahdhah* dan *ghair mahdhah*. Ibadah *mahdah* yaitu suatu bentuk amaliyah 'ubudiyah yang segala tata cara, perincian dan kadarnya telah ditentukan oleh Syari' (pembuat syari'at), yakni Allah SWT dan Rasul-Nya. Contohnya adalah seperti shalat, zakat, puasa dan menunaikan ibadah haji. Dalam mengamalkan ibadah mahdah ini agar diterima, maka harus sesuai dengan ketentuan *syari'at* agama. Sedangkan ibadah *ghairul mahdah* merupakan ibadah dalam bentuk kebajikan-kebajikan dalam kehidupan antar sesama manusia (ibadah sosial). Contoh ibadah ini adalah menolong manusia yang memerlukan pertolongan,

memberi makan orang yang kelaparan dan sebagainya. *Syari'at* memberikan keragaman cara dalam mengamalkan ibadah *ghairul mahdah* ini, sesuai dengan kemampuan manusia itu sendiri.

Lebih lanjut, ibadah mahdah tersebut mempunyai keterkaitan dengan ibadah *ghairul mahdah*. Antara keduanya tidak terpisah antara satu dengan yang lainnya. Prof. M. Quraish Shihab dalam tafsirnya *Al-Misbah* ketika menafsirkan surat *Al-Maun* (107), khususnya ayat ke-4 surat *Al-Maun* (107) menyatakan, kita mengenal dalam ajaran agama ada namanya ibadah *mahdah*, salah satu contohnya adalah ibadah shalat. Ibadah itu harus membuahkan amal-amal sosial yang bermanfaat. Ketika menafsirkan ayat ke-4 surat *Al-Maun* yang redaksinya, “Maka kecelakaanlah bagi orang-orang yang shalat”. Beliau berpendapat bahwa hal ini menunjukkan sesuatu yang sangat mengawatirkan, ada orang yang beranggapan kalau dia dikatakan kafir atau mendustakan agama jika ia tidak bersyahadat. Padahal kelanjutan ayat ini mengatakan kita tidak mau membantu saja, kita sudah dinilai atau dikatakan mendustakan agama. Jangan menduga kita sudah shalat, maka ibadah shalat kita sudah selesai. Shalat itu harus mempunyai buah, buahnya shalat adalah perhormatan pada Allah dan membantu orang lain. Itulah substansi shalat. Kalau shalatnya khusyu' namun tidak mau membantu orang, tidak dinilai menghayati substansi (inti) shalat itu. Shalat substansinya ikhlas. Keikhlasan mendorong seseorang untuk melakukan kegiatan-kegiatan demi hanya karena Allah, satu diantaranya adalah mengajak untuk memberi pada yang tidak mampu. Dengan ungkapan lain, shalat yang ditegakkan adalah shalat yang membawa sifat-sifat shalat di luar shalat. Kesalahan yang sangat nyata jika orang yang shalat, hanya menyendiri seolah hidup dalam ruang hampa sosial, dan tidak bersosialisasi apalagi malah menafikan eksistensi manusia lainnya. Ini berarti, semakin baik shalat (ibadah mahdah) kita seyogyanya semakin baik pula ibadah sosialnya, semakin peduli terhadap persoalan-persoalan yang ada dalam kehidupan bermasyarakat dan tidak menimbulkan kerugian, kejelekan dan kerusakan bagi yang lainnya. Demikianlah contoh keterkaitan antara mengamalkan ibadah mahdah dengan ibadah *ghair mahdah*.

4.5 Analisis Multinomial Logit

Penelitian dalam tesis ini bertujuan untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi pengusaha mikro dalam membayar zakat perdagangan ke Badan Amil Zakat, karena peubah respons yang digunakan berskala nominal serta terdiri lebih dari dua kategori, maka dalam analisis data digunakan model multinomial logit. Sample yang digunakan dalam analisis ini hanya 65 sampel dari 187 sampel secara keseluruhan yang disaring berdasarkan kategori yang membayar zakat perdagangan.

Perbedaan antara model multinomial logit dengan binomial logit adalah pada binomial logit karena nilai y hanya terdiri dari 1 dan 0, maka y adalah suatu peubah dengan proporsi tunggal, sedangkan pada multinomial logit, karena nilai $y = 0, 1, \dots, J$, maka y adalah peubah dengan kumpulan proporsi $J + 1$.

Model berasumsi bahwa pilihan utama pengusaha mikro adalah membayar zakat perdagangan ke BAZ/LAZ. Model juga berasumsi bahwa masing-masing pengusaha mikro i ($i=1,2,3,\dots,N$) memiliki berbagai alternatif pilihan $J+1$ ($j=0,1,\dots,j$), dimana $j = 0, 1$, dan 2 yang masing-masingnya adalah pilihan membayar ke BAZ/LAZ, masjid dan secara langsung. P_{ij} adalah probabilitas pengusaha mikro i memilih pilihan j sebagai pilihan utama dalam membayar zakat perdagangan.

Sementara itu, untuk melihat apakah variable yang digunakan tersebut dapat digunakan bersama-sama dalam membentuk model, maka dihasilkan informasi oleh tabel berikut:

Tabel 4.58. Model Fitting Information

Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	57,847			
Final	24,110	33,738	6	.000

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

Tabel 4.58 di atas menunjukkan bahwa model yang terdiri dari seluruh variable signifikan secara statistik pada tingkat kepercayaan lima persen. Dengan demikian, dapat diputuskan bahwa kita akan menggunakan model lengkap untuk melakukan analisis (Nachrowi dan Usman, 2008:309).

Tetapi, Berdasarkan hasil *likelihood test*, yaitu untuk menguji signifikansi model, maka dapat disimpulkan bahwa variable pengetahuan zakat, tingkat keyakinan dan tingkat ibadah dapat dimasukkan ke dalam model, karena variabel-variabel tersebut signifikan secara statistic pada $\alpha = 5\%$ atau dengan kata lain variabel tersebut dapat digunakan sebagai variabel bebas dalam model multinomial, hasil outputnya dapat dilihat pada table 4.59 dibawah ini.

Tabel 4.59. Hasil uji *likelihood test*

Effect	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	24,110(a)	,000	0	.
PZ	35,831	11,721	2	,003
YAKIN	46,828	22,719	2	,000
IBDH	31,276	7,166	2	,028

Sumber: Pengolahan Data primer dengan SPSS

Berdasarkan uji Wald pada tabel 4.60 dan table 4.61 terlihat bahwa secara individu semua variabel signifikan secara statistik. Salah satu akibat yang timbul dari semua koefisien variabel bebas yang signifikan adalah interval kepercayaan dari *odd ratio* relatif tidak lebar.

Tabel 4.60. Hasil Penaksiran Parameter

Persamaan 3.14

Pembayaran Zakat	Keterangan	B	Wald	Sig.	Exp(B)
Masjid	Intercept	20,784	249,786	,000	
	[PZ=0]	-3,771	7,832	,005	,023
	[PZ=1]	0(b)	.	.	.
	[YAKIN=0]	4,089	9,263	,002	59,666
	[YAKIN=1]	0(b)	.	.	.
	[IBDH=0]	-19,696	641,556	,000	2,79E-009
	[IBDH=1]	0(b)	.	.	.

Sumber: Pengolahan Data primer dengan SPSS

Tabel 4.61. Hasil Penaksiran Parameter

Persamaan 3.15

Pembayaran Zakat	Keterangan	B	Wald	Sig.	Exp(B)
Langsung	Intercept	20,430	363,684	,000	
	[PZ=0]	-3,156	6,346	,012	,043
	[PZ=1]	0(b)	.	.	.
	[YAKIN=0]	4,345	12,644	,000	77,089
	[YAKIN=1]	0(b)	.	.	.
	[IBDH=0]	-18,610	.	.	8,28E-009
	[IBDH=1]	0(b)	.	.	.

Sumber: Pengolahan Data primer dengan SPSS

Berdasarkan hasil penaksiran parameter, maka persamaan model multinomial yang didapat adalah sebagai berikut:

Persamaan Pertama:

$$\ln\left(\frac{p_1}{p_0}\right) = 20,784 - 3,771 \text{ PZ0} + 4,089 \text{ YAKIN0} - 19,696 \text{ IBDH0} \quad (4.4)$$

Persamaan kedua:

$$\ln\left(\frac{p_2}{p_0}\right) = 20,430 - 3,156 \text{ PZ0} + 4,345 \text{ YAKIN0} - 18,610 \text{ IBDH0} \quad (4.5)$$

4.5.1 Probabilitas Membayar Zakat Perdagangan ke BAZ/LAZ (Pembanding)

Untuk persamaan pertama, bila semua variabel dimasukkan 0, yang berarti kelompok yang memiliki pengetahuan zakat kurang, tidak yakin terhadap manfaat zakat dengan tingkat ibadah yang tidak baik maka akan diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \ln (P1/P0) &= 20,784 \\ (P1/P0) &= \text{Exp} (20,784) \\ (P1/P0) &= 1062616394 \\ P1 &= 1062616394 P0 \end{aligned}$$

Berarti, peluang kelompok yang memiliki pengetahuan zakat kurang, tidak yakin akan manfaat zakat dan tingkat ibadahnya tidak baik membayar zakat

perdagangan melalui masjid 1062616394 kali peluang dalam membayar zakat ke BAZ/LAZ.

Selanjutnya memasukkan nilai 0 pada persamaan kedua, maka akan diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \ln (P2/P0) &= 20,430 \\ (P2/P0) &= \text{Exp} (20,430) \\ (P2/P0) &= 745823846,8 \\ P2 &= 745823846,8 P0 \end{aligned}$$

Berarti peluang kelompok yang memiliki pengetahuan zakat kurang, tidak yakin akan manfaat zakat dan tingkat ibadahnya tidak baik untuk membayar zakat perdagangan secara langsung lebih tinggi dibanding peluang membayar zakat ke BAZ/LAZ sebesar 745823846,8 kali.

4.5.2 Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Pengusaha Mikro untuk berzakat melalui Badan Amil Zakat

Banyak kendala dan hambatan yang dialami oleh Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) untuk menggalang dana zakat dari masyarakat. selain faktor internal lembaga, beberapa penelitian juga menunjukkan adanya faktor eksternal yang mempengaruhi kecilnya kepercayaan masyarakat terhadap OPZ. Hambatan-hambatan tersebut antara lain (Kurniawati, 2005):

1. Terbatasnya pengetahuan masyarakat yang berkaitan dengan ibadah zakat;
2. Konsepsi zakat yang masih dirasa terlalu sederhana dan tradisional. Hingga akhirnya dalam pelaksanaannya pun masih sangat sederhana, yaitu cukup dibagikan langsung sendiri kepada lingkungannya atau kepada kyai yang disenangi;
3. Sifat manusia yang kikir. Sehingga jika kekayaan itu diperoleh atas jerih payah dalam memeras otak, keringat dan kemampuannya sendiri, sehingga makin beratlah orang tersebut untuk mengeluarkan zakatnya;
4. Pembenturan kepentingan;
5. Kepercayaan muzaki, dimana banyak muzaki yang masih khawatir zakat yang diserahkan hanya dipergunakan oleh amilnya.

Dari hasil survey PIRAC (*Public Interest Research and Advocacy Center*) tahun 2000, sebagian besar para wajib zakat (donatur/muzakki) masih lebih suka menyalurkan zakatnya melalui petugas zakat/amil zakat di sekitar rumah atau langsung ke penerima (94%), hanya sedikit para wajib zakat (muzaki) yang menyalurkan zakatnya melalui lembaga resmi, seperti BAZIS atau LAZ (6%).

Berikut adalah analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengusaha mikro dalam membayar zakat ke Badan Amil Zakat serta interpretasinya berdasarkan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

4.5.2.1 Pengetahuan Zakat

Berdasarkan penelitian PIRAC disebutkan bahwa alasan responden berzakat paling besar adalah karena alasan agama dengan prosentase 96% (Kurniawati, 2005: 56). Berdasarkan sebaran data pada table 4.62 dibawah terlihat bahwa mayoritas dari total pengusaha mikro yang membayar zakat perdagangan adalah yang memiliki pengetahuan zakat baik yaitu sebesar 66,2%. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan zakat berperan penting terhadap keinginan seseorang dalam membayar zakat.

Dari sisi penyalurannya yang terbesar adalah menyalurkan secara langsung sebesar 61,5%. Kemudian sebanyak 40% dari yang pengetahuan zakatnya baik menyalurkannya secara langsung, 10,8% menyalurkan melalui masjid dan hanya 15,4% yang menyalurkannya melalui BAZ/LAZ (lihat table 4.58). Menurut penelitan PIRAC bahwa alasan seseorang membayar zakat secara langsung dikarenakan oleh rasa kasihan (87%) dan rasa solidaritas sosial (86%) (Kurniawati, 2005:55). Menurut Abidin dan Kurniawati (2008:29-30) dikatakan bahwa belum optimalnya pendayagunaan dana zakat yang ada dimasyarakat juga tercermin dari hasil survey yang dilakukan oleh PIRAC. Hampir sebagian besar masyarakat menyalurkan zakatnya secara langsung kepada mustahik. Survey 2007 menunjukkan ada sebanyak 59% responden yang menyatakan dirinya menyalurkan zakatnya melalui masjid sekitar rumah. Sedangkan penyaluran yang diberikan secara langsung kepada mustahik survei tahun 2007 ada sebanyak 25% responden.

Tabel 4.62. Penyaluran Zakat menurut pengetahuan zakat

Pengetahuan Zakat	Saluran Zakat Perdagangan			Total
	BAZ/LAZ	Masjid	Langsung	
Baik	15,4%	10,8%	40,0%	66,2%
Kurang	1,5%	10,8%	21,5%	33,8%
Total	16,9%	21,5%	61,5%	100,0%

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti berdasarkan alasan pengusaha mikro tidak menyalurkan zakatnya melalui BAZ/LAZ menurut pengetahuan zakatnya bahwa 70,8% responden menyalurkan zakatnya karena alasan di lingkungan sekitar banyak yang lebih membutuhkan, 23,1% responden menyalurkan zakatnya karena alasan lainnya yaitu pesantren, yayasan yatim-piatu dan sebagainya, 4,6% karena mereka tidak mengetahui adanya BAZ/LAZ dan 1,5% karena ketidakpercayaan responden terhadap BAZ/LAZ. Sedangkan berdasarkan pengetahuan zakatnya sebanyak 65,1% dari yang berpengetahuan zakat baik menyalurkan zakat perdagangannya secara langsung, 25,6% ke lainnya, 2,3% tidak percaya terhadap BAZ/LAZ dan 7% tidak mengetahui adanya BAZ/LAZ. Untuk lebih lengkapnya lihat tabel 4.63.

Tabel 4.63. Alasan menurut pengetahuan zakat

Alasan Penyaluran	Pengetahuan Zakat		Total
	Baik	Kurang	
Tidak mengetahui adanya BAZ/LAZ	7,0%		4,6%
Tidak percaya terhadap BAZ/LAZ	2,3%		1,5%
Di lingkungan banyak yang lebih membutuhkan	65,1%	81,8%	70,8%
Lainnya	25,6%	18,2%	23,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

Selanjutnya untuk mengetahui peluang pengusaha mikro berdasarkan pengetahuan zakatnya. Maka dilakukan interpretasi model analisis multinomial logit dengan melihat hasil uji pada tabel 4.60 untuk persamaan pertama dan tabel 4.61 untuk persamaan kedua. Adapun hasil interpretasi dari pengetahuan zakat adalah sebagai berikut:

Persamaan Pertama :

Pada tabel 4.60 menunjukkan bahwa variabel PZ0 (Baik) memiliki koefisien bertanda negatif yaitu $-3,771$. Uji Wald pada tabel 4.60 juga memperlihatkan bahwa variabel pengetahuan zakat signifikan secara statistik. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengusaha mikro yang memiliki pengetahuan zakat baik memiliki peluang yang lebih kecil dibanding dengan yang memiliki pengetahuan zakat kurang untuk membayar zakat perdagangan melalui masjid dibanding melalui BAZ/LAZ.

Kemudian nilai Exp (B) variabel PZ0 sebesar $0,023$ dapat diinterpretasikan bahwa pengusaha mikro yang berpengetahuan zakat baik memiliki peluang $0,023$ kali untuk membayar zakat perdagangan melalui masjid dibanding kelompok pengusaha mikro yang berpengetahuan zakat kurang baik.

Data tersebut dapat disimpulkan bahwa pengusaha mikro yang berpengetahuan zakat baik memiliki peluang lebih kecil dibanding pengusaha mikro yang berpengetahuan kurang untuk membayar zakat perdagangan melalui masjid dibanding melalui BAZ/LAZ.

Persamaan Kedua:

Pada tabel 4.61 menunjukkan bahwa variabel PZ0 (Baik) memiliki koefisien bertanda negatif yaitu $-3,156$. Uji Wald pada tabel 4.61 juga memperlihatkan bahwa variabel pengetahuan zakat signifikan secara statistik. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengusaha mikro yang memiliki pengetahuan zakat baik memiliki peluang yang lebih kecil dibanding dengan yang memiliki pengetahuan zakat kurang untuk membayar zakat perdagangan secara langsung dibanding melalui BAZ/LAZ.

Kemudian nilai Exp (B) variabel PZ0 sebesar $0,043$ dapat diinterpretasikan bahwa pengusaha mikro yang berpengetahuan zakat baik memiliki peluang $0,043$ kali untuk membayar zakat perdagangan secara langsung dibanding kelompok pengusaha mikro yang berpengetahuan zakat kurang baik.

Data tersebut dapat disimpulkan bahwa pengusaha mikro yang berpengetahuan zakat baik memiliki peluang lebih kecil dibanding pengusaha

mikro yang berpengetahuan kurang untuk membayar zakat perdagangan secara langsung dibanding melalui BAZ/LAZ.

4.5.2.2 Tingkat Keyakinan

Pada tabel 4.64 dibawah terlihat bahwa mayoritas dari total pengusaha mikro yang membayar zakat perdagangan adalah mereka yang yakin akan janji Allah dan balasan yang akan diberikan kepada mereka baik di dunia dan di akhirat yaitu sebesar 61,5%. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat keyakinan berperan penting terhadap keinginan seseorang dalam membayar zakat. Sedangkan dari sisi penyaluran yang terbesar adalah secara langsung dan sangat yakin terhadap janji Allah sebesar 46,2% dari total 61,5% yang membayar secara langsung. Penjabaran lebih lanjut bisa dilihat pada tabel di bawah.

Tabel 4.64. Penyaluran Zakat menurut Tingkat Keyakinan

Tingkat Keyakinan	Saluran Zakat Perdagangan			Total
	BAZ/LAZ	Masjid	Langsung	
Yakin	1,5%	13,8%	46,2%	61,5%
Tidak Yakin	15,4%	7,7%	15,4%	38,5%
Total	16,9%	21,5%	61,5%	100,0%

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

Jika dilihat dari alasan pengusaha mikro tidak menyalurkan zakatnya melalui BAZ/LAZ menunjukkan bahwa 82,5% responden merasa dilingkungan mereka banyak yang lebih membutuhkan serta yakin akan janji Allah mereka akan diberi ganjaran atas apa yang telah mereka keluarkan (lihat tabel 4.65).

Tabel 4.65. Alasan menurut Tingkat Keyakinan

Alasan Penyaluran	Tingkat Keyakinan		Total
	Yakin	Tidak Yakin	
Tidak mengetahui adanya BAZ/LAZ	5,0%	4,0%	4,6%
Tidak percaya terhadap BAZ/LAZ	2,5%		1,5%
Di lingkungan banyak yang lebih membutuhkan	82,5%	52,0%	70,8%
Lainnya	10,0%	44,0%	23,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

Kemudian untuk melihat peluang pengusaha mikro menyalurkan dana zakatnya berdasarkan tingkat keyakinan maka dilakukan berdasarkan analisis multinomial logit dengan menginterpretasikan model yang dilakukan dengan melihat hasil uji pada tabel 4.60 untuk persamaan pertama dan tabel 4.61. Adapun hasil interpretasi dari tingkat keyakinan adalah sebagai berikut:

Persamaan Pertama :

Pada tabel 4.60 menunjukkan bahwa variabel YAKIN0 (yakin) memiliki koefisien bertanda positif yaitu 4,089. Uji Wald pada tabel 4.60 juga memperlihatkan bahwa variabel tingkat keyakinan signifikan secara statistik. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengusaha mikro yang yakin akan janji Allah memiliki peluang yang lebih besar dibanding dengan yang tidak yakin untuk membayar zakat perdagangan melalui masjid dibanding melalui BAZ/LAZ.

Kemudian nilai Exp (B) variabel YAKIN0 sebesar 59,666 dapat diinterpretasikan bahwa pengusaha mikro yang yakin memiliki peluang 59,666 kali untuk membayar zakat perdagangan melalui masjid dibanding kelompok pengusaha mikro yang tidak yakin.

Data tersebut dapat disimpulkan bahwa pengusaha mikro yang yakin memiliki peluang lebih besar dibanding pengusaha mikro yang tidak yakin untuk membayar zakat perdagangan melalui masjid dibanding melalui BAZ/LAZ.

Persamaan Kedua:

Pada tabel 4.61 menunjukkan bahwa variabel YAKIN0 (Baik) memiliki koefisien bertanda positif yaitu 4,345. Uji Wald pada tabel 4.61 juga memperlihatkan bahwa variabel tingkat keyakinan signifikan secara statistik. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengusaha mikro yang yakin akan janji Allah memiliki peluang yang lebih besar dibanding dengan yang tidak yakin untuk membayar zakat perdagangan secara langsung dibanding melalui BAZ/LAZ.

Kemudian nilai Exp (B) variabel YAKIN0 sebesar 77,089 dapat diinterpretasikan bahwa pengusaha mikro yang yakin memiliki peluang 77,889 kali untuk membayar zakat perdagangan secara langsung dibanding kelompok pengusaha mikro yang tidak yakin.

Data tersebut dapat disimpulkan bahwa pengusaha mikro yang yakin akan janji Allah memiliki peluang lebih besar dibanding pengusaha mikro yang tidak yakin untuk membayar zakat perdagangan secara langsung dibanding melalui BAZ/LAZ.

4.5.2.3 Tingkat Ibadah

Ibadah Zakat merupakan ibadah yang bersifat vertikal (*hablumminallah*) yaitu hubungan kepada Allah dan horizontal (*hablumminallah*) yaitu hubungan kepada manusia. Hubungan kepada Allah dapat dilihat berdasarkan kegiatan ibadah seseorang setiap harinya, sedangkan hubungan kepada manusia dapat dilihat bagaimana kepedulian mereka terhadap sesama salah satunya adalah zakat. Parameter hubungan kepada Allah adalah melalui ibadah wajib maupun ibadah sunnah yang biasa dilakukan sehari mulai dari shalat, puasa, membaca Al Quran, Infaq atau Shadaqah.

Tabel 4.66 dibawah memperlihatkan bahwa mayoritas dari total pengusaha mikro yang membayar zakat perdagangan adalah mereka yang memiliki tingkat ibadah baik yaitu sebesar 86,2%. Sedangkan dari sisi penyaluran yang terbesar adalah secara langsung dengan tingkat ibadah baik sebesar 53,8% dari total 61,5% yang membayar secara langsung.

Tabel 4.66. Penyaluran Zakat menurut Tingkat Ibadah

Tingkat Ibadah	Saluran Zakat Perdagangan			Total
	BAZ/LAZ	Masjid	Langsung	
Baik	16,9%	15,4%	53,8%	86,2%
Tidak Baik		6,2%	7,7%	13,8%
Total	16,9%	21,5%	61,5%	100,0%

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

Jika dilihat dari alasan pengusaha mikro tidak menyalurkan zakatnya melalui BAZ/LAZ berdasarkan tingkat ibadah menunjukkan bahwa 73,2% responden yang baik tingkat ibadahnya merasa dilingkungan mereka banyak yang lebih membutuhkan (lihat tabel 4.67).

Tabel 4.67. Alasan menurut Tingkat Ibadah

Alasan Penyaluran	Tingkat Ibadah		Total
	Baik	Tidak Baik	
Tidak mengetahui adanya BAZ/LAZ	3,6%	11,1%	4,6%
Tidak percaya terhadap BAZ/LAZ	1,8%		1,5%
Di lingkungan banyak yang lebih membutuhkan	73,2%	55,6%	70,8%
Lainnya	21,4%	33,3%	23,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

Kemudian untuk melihat peluang pengusaha mikro menyalurkan dana zakatnya berdasarkan tingkat ibadah maka dilakukan berdasarkan analisis multinominal logit dengan menginterpretasikan model yang dilakukan dengan melihat hasil uji pada tabel 4.60 untuk persamaan pertama dan tabel 4.61. Adapun hasil interpretasi dari tingkat ibadah adalah sebagai berikut:

Persamaan Pertama :

Pada tabel 4.60 menunjukkan bahwa variabel IBDH0 (Baik) memiliki koefisien bertanda negatif yaitu $-19,696$. Uji Wald pada tabel 4.60 juga memperlihatkan bahwa variabel tingkat ibadah signifikan secara statistik. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengusaha mikro yang baik ibadahnya memiliki peluang yang sangat kecil dibanding dengan yang ibadahnya tidak baik untuk membayar zakat perdagangan melalui masjid dibanding melalui BAZ/LAZ.

Kemudian nilai Exp (B) variabel IBDH0 sebesar $2,79 \times 10^{-9}$ dapat diinterpretasikan bahwa pengusaha mikro yang baik ibadahnya memiliki peluang $2,79 \times 10^{-9}$ kali untuk membayar zakat perdagangan melalui masjid dibanding kelompok pengusaha mikro yang ibadahnya tidak baik.

Data tersebut dapat disimpulkan bahwa pengusaha mikro yang baik ibadahnya memiliki peluang sangat kecil atau sama saja dibanding pengusaha mikro yang tidak baik ibadahnya untuk membayar zakat perdagangan melalui masjid dibanding melalui BAZ/LAZ.

Persamaan Kedua:

Pada tabel 4.61 menunjukkan bahwa variabel IBDH0 (Baik) memiliki koefisien bertanda negatif yaitu $-18,610$. Uji Wald pada tabel 4.61 juga memperlihatkan bahwa variabel tingkat ibadah signifikan secara statistik. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengusaha mikro yang baik ibadahnya memiliki peluang yang sangat kecil dibanding dengan yang tidak baik ibadahnya untuk membayar zakat perdagangan secara langsung dibanding melalui BAZ/LAZ.

Kemudian nilai Exp (B) variabel IBDH0 sebesar $8,28 \times 10^{-9}$ dapat diinterpretasikan bahwa pengusaha mikro yang baik ibadahnya memiliki peluang $8,28 \times 10^{-9}$ kali untuk membayar zakat perdagangan secara langsung dibanding kelompok pengusaha mikro yang ibadahnya tidak baik.

Data tersebut dapat disimpulkan bahwa pengusaha mikro yang baik ibadahnya memiliki peluang sangat kecil atau sama saja dibanding pengusaha mikro yang tidak baik ibadahnya untuk membayar zakat perdagangan secara langsung dibanding melalui BAZ/LAZ.

4.5.2.4 Alasan Pengusaha Mikro Tidak Membayar Zakat Melalui BAZ/LAZ

Survei juga mengindikasikan menurunnya jumlah muzakki yang menyalurkan zakatnya secara lebih terorganisir melalui lembaga zakat (baik masjid sekitar rumah, BAZ dan LAZ) dibandingkan dengan penyaluran secara langsung ke penerima. Jika dibandingkan survei 2004, jumlah responden yang menyalurkan zakat melalui lembaga mengalami penurunan. Misalnya, jumlah responden yang menyalurkan melalui masjid, BAZ dan LAZ menurun dari 65%, 9% dan 1,5% pada tahun 2004 menjadi 59%, 6% dan 1,2% pada tahun 2007 (Abidin dan Kurniawati, 2008:32).

Berdasarkan alasan pengusaha mikro tidak membayar zakat perdagangan melalui BAZ/LAZ, tabel 4.65 menunjukkan bahwa 70,8% menyalurkan dana zakatnya secara langsung, 23,1% menyalurkan zakatnya karena alasan lainnya yaitu pesantren, yayasan yatim-piatu dan sebagainya. Untuk lebih lengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.68.

Tabel 4.68. Alasan Membayar Zakat

Alasan Penyaluran		Jumlah
Tidak mengetahui adanya BAZ/LAZ		4,6%
Tidak percaya terhadap BAZ/LAZ		1,5%
Di lingkungan banyak yang lebih membutuhkan		70,8%
Lainnya		23,1%
Total		100,0%

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

Jika dilihat tabel 4.68. diatas, terlihat bahwa mayoritas pembayar zakat masih dilakukan secara tradisional, yaitu diberikan kepada mustahiq secara langsung. Hal ini berpengaruh pada dampak zakat yang tidak terlihat secara nyata, atau lebih bersifat konsumtif. Jika demikian maka maka tujuan publik tentang pengembangan masyarakat dan kesejahteraan sosial sangat sulit dicapai.

Jika dianalisa lebih lanjut mengenai pengusaha mikro yang tidak membayar zakat perdagangan yang secara total mencapai 65,2% (lihat tabel 4.26), maka terlihat bahwa pengusaha mikro yang rutin mengeluarkan infaq atau shadaqah sebanyak 57,9% menyalurkannya secara langsung, 19,3% menyalurkan kepada yang lainnya dan 19,3% tidak mengetahui adanya BAZ/LAZ dan hanya 3,5% yang tidak percaya terhadap BAZ/LAZ, tapi dilihat secara total pengusaha mikro yang menyatakan tidak membayar zakat perdagangan sebanyak 24,6% tidak mengetahui adanya BAZ/LAZ (lihat tabel 4.69).

Seperti halnya sebuah perusahaan, seharusnya pihak BAZ/LAZ memiliki strategi dalam merebut perhatian dari pasar donatur. Kepiawaian suatu organisasi dalam menarik masyarakat untuk menyalurkan zakatnya dan memelihara para penyalur zakat tersebut, kelak membuat organisasi tersebut tetap dapat bernapas. Selain juga mampu melakukan pemberdayaan terhadap masyarakat melalui dana zakat yang berhasil mereka kumpulkan, sehingga masyarakat akan konsisten menyalurkan dana zakatnya melalui BAZ/LAZ.

Tabel 4.69. Alasan Tidak Membayar Zakat dengan Rutinitas Infaq dan Shadaqah

Alasan Penyaluran	Rutinitas Infaq atau Shadaqah			Total
	Ya	Kadang-kadang	Tidak	
Tidak mengetahui adanya BAZ/LAZ	19,3%	31,1%		24,6%
Tidak percaya terhadap BAZ/LAZ	3,5%	4,9%		4,1%
Di lingkungan banyak yang lebih membutuhkan	57,9%	62,3%	100,0%	61,5%
Lainnya	19,3%	1,6%		9,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Sumber: pengolahan data penulis dengan SPSS

Menurut Sari (2010), Hal lain yang menjadi penghambat dalam realisasi potensi zakat tersebut adalah budaya zakat, infaq, sadaqah dan wakaf belum sepenuhnya menjadi *trend* atau kecenderungan kebanyakan masyarakat, terutama di kota-kota besar yang sudah terjangkau perilaku konsumerisme. Di samping itu masyarakat juga belum sepenuhnya memahami akan manfaat zakat, termasuk masalah fiqih zakat. Pada tataran kultural, pola berpikir dalam mengelola dana zakat masih dipengaruhi oleh tradisi lama, sehingga pemanfaatan dana zakat tersebut masih ditujukan untuk santunan dan mengatasi keadaan darurat semata. Sejauh ini pengelolaan zakat yang dilaksanakan oleh masyarakat hanya bertujuan sebatas memenuhi kebutuhan mendasar dan sesaat (konsumtif). Jadi masih banyak masyarakat yang menyalurkan dana zakat mereka dengan cara lama/tradisional atau melalui penyalur yang kurang profesional dalam mengelola dana zakat tersebut.

Semua hambatan dan kendala tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi BAZ/LAZ dalam melaksanakan tugasnya dalam mengoptimalkan penghimpunan dana zakat.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik, faktor-faktor yang mempengaruhi keinginan dan preferensi pengusaha mikro untuk berzakat. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian tentang karakteristik pengusaha mikro menunjukkan bahwa usia pengusaha mikro yang paling dominan adalah antara 35-45 tahun dan mayoritas tingkat pendidikannya adalah SMP. Jika dilihat dari Jenis kelamin pengusaha mikro maka didominasi oleh laki-laki. Sedangkan dari sisi status pernikahan, pengusaha mikro yang paling dominan adalah sudah menikah dan kebanyakan jumlah tanggungannya antara 0-1 anak. Mereka pada umumnya berasal dari luar Jakarta. Jika dilihat dari sisi modal pengusaha mikro maka kebanyakan mereka bermodal kurang atau sama dengan 1 juta dengan jumlah pekerja kurang dari 2 orang dan kebanyakan mereka sudah berdagang lebih dari 4 tahun. Dari sisi keuntungan bersih, mayoritasnya memiliki keuntungan bersih kurang dari 100 ribu dan jenis dagangan berupa makanan/minuman cepat saji (makanan matang) dengan sarana usaha menggunakan warung tenda
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi keinginan pengusaha mikro dalam berzakat adalah:
 - a. Pengetahuan zakat. Semakin baik pengetahuan zakat pengusaha mikro maka semakin besar kecenderungannya membayar zakat perdagangan.
 - b. Keyakinan. Semakin tinggi tingkat keyakinan pengusaha mikro akan manfaat zakat maka semakin besar kecenderungannya membayar zakat perdagangan.
 - c. Tingkat ibadah. Semakin baik ibadah pengusaha mikro maka akan semakin besar kecenderungannya membayar zakat perdagangan.

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi pengusaha mikro untuk berzakat adalah:
 - a. Pengetahuan zakat.
 - i. Pengusaha mikro yang berpengetahuan zakat baik memiliki peluang lebih kecil dibanding pengusaha mikro yang berpengetahuan zakat kurang baik untuk membayar zakat perdagangan melalui masjid dibanding melalui BAZ/LAZ..
 - ii. pengusaha mikro yang berpengetahuan zakat baik memiliki peluang lebih kecil dibanding pengusaha mikro yang berpengetahuan zakat kurang baik untuk membayar zakat perdagangan secara langsung dibanding melalui BAZ/LAZ.
 - b. Keyakinan
 - i. Pengusaha mikro yang yakin memiliki peluang lebih besar dibanding pengusaha mikro yang tidak yakin untuk membayar zakat perdagangan melalui masjid dibanding melalui BAZ/LAZ.
 - ii. Pengusaha mikro yang yakin memiliki peluang lebih besar dibanding pengusaha mikro yang tidak yakin untuk membayar zakat perdagangan secara langsung dibanding melalui BAZ/LAZ.
 - c. Tingkat Ibadah
 - i. pengusaha mikro yang baik ibadahnya memiliki peluang sangat kecil atau sama saja dibanding pengusaha mikro yang tidak baik ibadahnya untuk membayar zakat perdagangan melalui masjid dibanding melalui BAZ/LAZ.
 - ii. pengusaha mikro yang baik ibadahnya memiliki peluang sangat kecil dibanding pengusaha mikro yang tidak baik ibadahnya untuk membayar zakat perdagangan secara langsung dibanding melalui BAZ/LAZ.

5.2 SARAN

Berdasarkan pada penelitian dan hasil kesimpulan pada tesis ini, maka saran yang bisa diberikan adalah:

1. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut yang melibatkan lebih banyak lagi responden atau pengusaha mikro yang tersebar di Jakarta khususnya di kota-kota lain pada umumnya.
2. Seperti diketahui faktor pengetahuan zakat, keyakinan sangat berpengaruh terhadap keinginan pengusaha mikro untuk berzakat. Maka pihak BAZ/LAZ perlu memberikan perhatian khusus untuk meningkatkan pengetahuan zakat dan keyakinan pengusaha mikro, sehingga tumbuh kesadaran mereka untuk membayar zakat perdagangan dan menyalurkannya melalui BAZ/LAZ.
3. Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) harus memiliki bagian/divisi khusus yang dapat terjun langsung kepada pengusaha mikro yang berada di pasar-pasar tradisional, jalan-jalan serta perkampungan warga. Hal tersebut ditujukan dalam rangka menjemput bola (zakat) bukan menunggu bola (zakat), karena Rasulullah dan para Shahabat pun mau mendatangi para muzakki untuk mengambil zakat dari mereka. (kisah Rasulullah memerintahkan Abu Dzar untuk mengambil zakat dari Tsa'labah dan kisah Umar mendatangi pasar dan meminta para pedagang untuk mengeluarkan zakat dari hasil perdagangannya)
4. OPZ harus lebih aktif lagi menggali potensi zakat perdagangan khususnya dari pengusaha mikro.
5. OPZ harus lebih banyak dan gencar lagi menyalurkan zakatnya dalam bentuk zakat produktif kepada masyarakat yang ingin membangun usaha mikro, khususnya di lokasi-lokasi tempat muzakki menetap. Sehingga zakat tersebut lebih terasa dan terlihat manfaatnya bagi mereka, kemudian masyarakat pun akan sadar akan pentingnya peran OPZ yang lambat laun akan tumbuh kepercayaannya terhadap OPZ.

DAFTAR PUSTAKA

I. BUKU

Al Quranul Karim dan Terjemahan

Abidin, Hamid dan Kurniawati. (2008). *Mensejahterakan Umat dengan Zakat.*.
Jakarta: PIRAMEDIA.

Abubakar, Irfan & Chaider S (Ed). (2006). *Filantropi Islam & Keadilan Sosial.*
Jakarta: CSRC UIN Jakarta.

Basuki, Sulistyو. (2010). *Metode Penelitian.* Jakarta: Penaku.

Ferdinand, Augusty. (2000). *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Hafiduddin, Didin, DR, KH. (2002). *Zakat Dalam Perekonomian Modern.*
Jakarta: Gema Insani Press.

Hafiduddin, Didin, Prof. DR, KH. (2007). *Agar Harta Berkah dan Bertambah.*
Jakarta: Gema Insani Press.

Indonesian Magnificence of Zakat (IMZ). (2011). *Indonesia Zakat & Development Report 2011: Kajian Empirik Zakat dalam Penanggulangan Kemiskinan.*

Jaziri-Al, Abdurrahman. (2003) *Kitabul Fiqh 'Alal Madzhabil Arba'ah.* Beirut: Daarul Fikr.

Karim, Adiwarman. (2001) . *Ekonomi Islam.* Jakarta : Gema Insani Press.

Kotler, Philip. (1997). *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol.* Ikrar Mandiri Abadi. Jakarta.

Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran.* Edisi kesebelas. Jakarta: Indeks.

- Kurniawati (penyunting). (2005) *Muslim Philanthropy: Potential and Reality of zakat in Indonesia, Survey Results in Ten Cities*. Cet. I . Jakarta: PIRAMEDIA.
- Mannan, MA. (1997). *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*. Yogyakarta: PT Dana Bhakti Prima Yasa.
- Manning, Chris dan Tadjuddin Noer Effendi. (1996). *Urbanisasi, Pengangguran dan Sektor Informal di Kota*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.
- Mas'udi, Masdar Farid. (1993) *Agama keadilan : risalah zakat (pajak) dalam Islam*. Jakarta: P3M,
- Nachrowi, D.N, dan Usman, Hardius. (2008). *Penggunaan Teknik Ekonometri*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Nachrowi, D.N, dan Usman, Hardius. (2006). *Pendekatan Populer dan Praktis Ekonometrika Untuk Analisis Ekonomi Dan Keuangani*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Nasution, M. E, dan Usman, Hardius. (2007). *Proses Penelitian Kuantitatif*. Cet. III. Jakarta : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Qardhawi, DR. Yusuf. (1993). *Fiqhuz Zakah*. Beirut : Muassasah Risalah.
- Rachbini, Didik, J dan Abdul Hamid. (1994). *Ekonomi Informal Perkotaan Gejala Involusi Gelombang Kedua*. Jakarta: LP3ES.
- Sabiq, Sayyid, *Fiqhussunnah*, Daaruts Tsaqofah Al Islamiyyah.
- Shahih Bukhari
- Shahih Muslim
- Solomon, M. R. (2007). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. 7th Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Solomon, M. R. dan Stuart, W. E. (2003). *Marketing Real People, Real Choices*. International Edition. New Jersey: Prentice Hall.

Soukhanove, Anne H. (1992). *The American Heritage Dictionary of English Language*. 3rd Edition. Boston – New York: Houghton Mifflin Company

Sunan Abu Dawud

Sunan Baihaqi

Tambunan, Tulus (2002). *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Beberapa Isu Penting*. Jakarta: Salemba.

Todaro, Michael P. (1998). *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga Edisi Ketujuh, terjemahan.*, Jakarta: Penerbit Erlangga

Tulus. (2003). *Berderma untuk Semua: Kebijakan Pemerintah dalam Pengelolaan Zakat dan Waqaf*. Jakarta: Pusat Bahasa dan Budaya UIN Syarif Hidayatullah.

II. UNDANG-UNDANG DAN PERATURAN PEMERINTAH

Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999 Tentang Zakat

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Keputusan Menteri Keuangan No.40/KMK.06/2003 tanggal 29 Januari 2003

III. ARTIKEL DAN JURNAL

Hafidhuddin, Didin. (2006, Nopember). *Zakat Sebagai Tiang Utama Ekonomi Syari'ah*, Disampaikan pada acara Halal bi Halal dan Seminar Bulanan Masyarakat Ekonomi Syari'ah, “**Arsitektur Ekonomi Islam: Membangun Sistem Ekonomi Berbasis Syari'ah**”, Senin 28 Syawal 1427 H/20. Jakarta: Aula Bank Mandiri Tower,

Hariningsing, Endang dan Simatupang, Rintar Agus. (2008). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Pedagang Eceran Studi Kasus: Pedagang Kaki*

- Lima Di Kota Yogyakarta*. Padang: Jurnal Bisnis & Manajemen Vol. 4, No. 3. Universitas Andalas.
- Johari. (2008, Juli 12). *Menggali Potensi Zakat dalam Rangka Pemberdayaan Umat*. Makalah disampaikan pada seminar sehari peranan organisasi perempuan dalam pengelolaan zakat. Pekanbaru: Pusat Studi wanita UIN Suska Riau.
- Muttaqin, M Zainal. (1997, Januari). *Kewajiban Menjadi Muzakki*. Bogor: Makalah pada seminar antara Cita dan Fakta.
- Riswani. (2009, Desember 2). *Zakat dan Pemberdayaan Perempuan Usaha Mikro*. Majalah Marwah Vol. VIII (Jurnal LIPI).
- Romdiati, H. dan M. Noveria. (2004, Agustus 5). "Mobilitas Penduduk Antar Daerah dalam Rangka Tertib Pengendalian Migrasi Masuk ke DKI Jakarta". Makalah Disampaikan pada Seminar dan Lokakarya (Semiloka) Tentang Urbanisasi.
- Sari, Dian Silvia Arda. (2010, Maret 06). *Zakat dan Organisasi Pengelola Zakat*. (<http://ariefhilmanarda.wordpress.com/2010/03/06/zakat-dan-organisasi-pengelola-zakat/>)
- Suseno, Priyonggo. (2009, Maret 19) *Peranan Zakat dalam Transformasi Ekonomi*, Laziss UII (Artikel).
- Sulistiyastuti, Diah. R. (2004, Desember). *Dinamika Usaha kecil dan Menengah (UKM) Analisis Konsentrasi Regional UKM di Indonesia 1999-2001*. Jurnal Ekonomi Pembangunan Vol. 9 No. 2.
- Zen, Muhammad. (2010, Januari 27). *Potensi Zakat dalam Pemberdayaan Wirausaha*, (Jurnal IMZ).
- Zayyadi, Ahmad. (2009, September 19). *Zakat Dalam Ekonomi Masyarakat*, Suara Pembaruan.

IV. SKRIPSI / TESIS

Budi, Ari Sulistiyo. (2000). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Usaha PKL, Studi Kasus Kota Semarang*. Tesis tidak diterbitkan. Program Pascasarjana, Magister Teknik Pembangunan Kota, Universitas Diponegoro, Semarang.

Dahlan, Thamrin, (2008). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensitas Muzakki Menunaikan Zakat Pada Baitul Mal Masjid An-Nur*. Tesis Ekonomi dan Keuangan Syariah, Program Studi Timur Tengah dan Islam, Program Pasca Sarjana, UI, Jakarta

Fatah, Dede Abdul, (2006). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Karyawan Muslim Pertamina dalam Membayar Zakat Profesi Melalui Baituzzakah Pertamina*. Tesis Ekonomi dan Keuangan Syariah, Program Studi Timur Tengah dan Islam, Program Pasca Sarjana, UI, Jakarta

V. CDROM

Maktabah Syamilah

VI. INTERNET

<http://digilib.ui.ac.id>

<http://www.kamus-online.com>

<http://www.lazisuii.org>

<http://imz.or.id>

<http://www.republika.co.id>

<http://www.suarapembaruan.com>

<http://www.depkop.go.id>

<http://isjd.pdii.lipi.go.id>

<http://www.acnielsen.de/pubs/documents/RetailandShopperTrendsAsia2005.pdf>

<http://metro.vivanews.com/news/read/27447->

40_usaha_mikro_belum_kantongi_izin_1 (diunduh Kamis, 7 Juli 2011. Jam 13.30)

Assalamu'alaikum Wr Wb.

**Kepada
Bapak/Ibu/Saudara Responden yang terhormat.**

Di Tempat

Sebelumnya kami ucapkan terima kasih atas kesediaan Anda untuk meluangkan waktu yang berharga dalam mengisi kuesioner penelitian ini.

Survey ini dilakukan dalam rangka penelitian Tesis Ekonomi dan Keuangan Syariah Program Pascasarjana Universitas Indonesia yang bertujuan untuk mengetahui preferensi para pedagang dalam membayar zakat.

Perlu diperhatikan dalam mengisi kuesioner ini adalah :

- Tidak ada jawaban yang BENAR atau SALAH
- Penilaian yang objektif sangat diharapkan, karena akan menjadi umpan balik yang diharapkan dalam pengembangan pengumpulan dana zakat di masa yang akan datang
- Setiap jawaban anda akan sangat bermakna bagi kami, sehingga kami mengharapkan tidak ada jawaban yang dikosongkan.
- Jawaban Anda akan diperlakukan sesuai standard profesionalitas dan etika penelitian. Oleh karena itu peneliti akan menjaga kerahasiaan identitas Anda.

Atas bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara dalam mengisi kuesioner ini, kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,
Peneliti

Agus Suprayogi

**KUESIONER
UNTUK PENGUSAHA MIKRO
PETUNJUK PENGISIAN**

- Baca dan simaklah pertanyaan dengan teliti.
- Jawablah pertanyaan dengan memberi tanda (X) pada kotak jawaban yang disediakan.
- Jika tidak ada jawaban yang sesuai, mohon jawaban ditulis pada Lainnya....
- Untuk pertanyaan yang berupa isian, mohon diisi dengan jawaban yang singkat dan jelas.

<p>1. Umur Anda ?</p> <p><input type="checkbox"/> A. <= 25 Tahun</p> <p><input type="checkbox"/> B. 25 – 35 Tahun</p> <p><input type="checkbox"/> C. 35 – 45 Tahun</p> <p><input type="checkbox"/> D. > 45 Tahun, Sebutkan.....</p>	<p>2. Jenis Kelamin Anda ?</p> <p><input type="checkbox"/> A. Laki-laki</p> <p><input type="checkbox"/> B. Perempuan</p>
<p>3. Sudah Berapa lama anda berdagang ? .</p> <p><input type="checkbox"/> A. <=3 Tahun</p> <p><input type="checkbox"/> B. 4-6 Tahun</p> <p><input type="checkbox"/> C. 7-9 Tahun</p> <p><input type="checkbox"/> D. 10-12 Tahun</p> <p><input type="checkbox"/> E. > 12 Tahun, Sebutkan.....</p>	<p>4. Jenis sarana usaha yang anda gunakan .</p> <p><input type="checkbox"/> A. Pikulan/Keranjang</p> <p><input type="checkbox"/> B. Gerobak/Kereta dorong</p> <p><input type="checkbox"/> C. Warung Tenda</p> <p><input type="checkbox"/> D. Kios</p> <p><input type="checkbox"/> E. Rumah Pribadi</p> <p><input type="checkbox"/> F. Lainnya, Sebutkan</p>
<p>5. Pendidikan terakhir anda ? .</p> <p><input type="checkbox"/> A. SD / Tidak Sekolah</p> <p><input type="checkbox"/> B. SMP</p> <p><input type="checkbox"/> C. SMA/SMK</p> <p><input type="checkbox"/> D. Diploma/S1</p> <p><input type="checkbox"/> E. Lainnya, Sebutkan.....</p>	<p>6. Apakah Anda rutin membaca Al-Quran setiap hari ?</p> <p><input type="checkbox"/> A. Ya</p> <p><input type="checkbox"/> B. Kadang-kadang</p> <p><input type="checkbox"/> C. Tidak</p>
<p>7. Apakah Anda melaksanakan perintah shalat 5 waktu secara rutin ?</p> <p><input type="checkbox"/> A. Ya</p> <p><input type="checkbox"/> B. Kadang-kadang</p> <p><input type="checkbox"/> C. Tidak</p>	<p>8. Apakah Anda mengetahui tentang zakat perdagangan ?</p> <p><input type="checkbox"/> A. Ya</p> <p><input type="checkbox"/> B. Tidak</p>
<p>9. Anda berasal dari : .</p> <p><input type="checkbox"/> A. Jakarta</p> <p><input type="checkbox"/> B. Luar Kota Jakarta</p>	<p>10. Berapa jumlah pekerja yang anda miliki dalam menjalankan usaha anda ? .</p> <p><input type="checkbox"/> A. <= 2 orang</p> <p><input type="checkbox"/> B. 3 - 5 Orang</p> <p><input type="checkbox"/> C. > 5 Orang</p>

<p>11. Shalat sunnah apakah yang paling sering Anda kerjakan setiap hari ?</p> <p><input type="checkbox"/> A. Tidak Ada</p> <p><input type="checkbox"/> B. Tahajud</p> <p><input type="checkbox"/> C. Dhuha</p> <p><input type="checkbox"/> D. Rawatib (Qobliyah & Ba'diyah)</p> <p><input type="checkbox"/> E. Lainnya, Sebutkan.....</p>	<p>12. Apakah Anda rutin melaksanakan shalat sunnah setiap hari ?</p> <p><input type="checkbox"/> A. Ya</p> <p><input type="checkbox"/> B. Kadang-kadang</p> <p><input type="checkbox"/> C. Tidak</p>
<p>13. Berapakah modal anda ? .</p> <p><input type="checkbox"/> A. <= 1 Juta</p> <p><input type="checkbox"/> B. 1-5 Juta</p> <p><input type="checkbox"/> C. > 5 Juta</p>	<p>14. Menurut Anda perlukah membayar zakat perdagangan ?</p> <p><input type="checkbox"/> A. Perlu</p> <p><input type="checkbox"/> B. Tidak Perlu</p> <p><input type="checkbox"/> C. Tidak Tahu</p>
<p>15. Waktu berjualan mulai pukul</p> <p><input type="checkbox"/> A. 05.00 – 12.00</p> <p><input type="checkbox"/> B. 10.00 – 18.00</p> <p><input type="checkbox"/> C. 18.00 – 05.00</p> <p><input type="checkbox"/> D. Lainnya, Sebutkan -</p>	<p>16. Status Pernikahan Anda ?</p> <p><input type="checkbox"/> A. Menikah</p> <p><input type="checkbox"/> B. Tidak/Belum Menikah (Janda/Duda)</p>
<p>17. Jumlah tanggungan (anak) ?</p> <p><input type="checkbox"/> A. 0 - 1 Anak</p> <p><input type="checkbox"/> B. 2 – 3 Anak</p> <p><input type="checkbox"/> C. > 3 Anak, Sebutkan</p>	<p>18. Apakah pendapat Anda mengenai hukum zakat perdagangan ?</p> <p><input type="checkbox"/> A. Wajib</p> <p><input type="checkbox"/> B. Tidak Wajib (Sunnah)</p> <p><input type="checkbox"/> C. Tidak Tahu</p>
<p>19. Apakah Anda mengeluarkan zakat perdagangan ?</p> <p><input type="checkbox"/> A. Ya</p> <p><input type="checkbox"/> B. Tidak</p>	<p>20. Apakah Anda sering mengikuti majelis ta'lim atau pengajian ?</p> <p><input type="checkbox"/> A. Ya</p> <p><input type="checkbox"/> B. Kadang-kadang</p> <p><input type="checkbox"/> C. Tidak</p>
<p>21. Apakah Anda selalu melaksanakan puasa di bulan Ramadhan ?</p> <p><input type="checkbox"/> A. Ya</p> <p><input type="checkbox"/> B. Kadang-kadang</p> <p><input type="checkbox"/> C. Tidak</p>	<p>22. Menurut Anda berapakah besaran zakat perdagangan ?</p> <p><input type="checkbox"/> A. 2,5 %</p> <p><input type="checkbox"/> B. 5 %</p> <p><input type="checkbox"/> C. 10 %</p> <p><input type="checkbox"/> D. Lainnya, Sebutkan</p> <p><input type="checkbox"/> E. Tidak Tahu</p>
<p>23. Apakah Anda mengetahui tujuan diperintakkannya zakat ?</p> <p><input type="checkbox"/> A. Ya</p> <p><input type="checkbox"/> B. Tidak</p>	<p>24. Apakah Anda sering melaksanakan puasa sunnah ?</p> <p><input type="checkbox"/> A. Ya</p> <p><input type="checkbox"/> B. Kadang-kadang</p> <p><input type="checkbox"/> C. Tidak</p>

<p>25. Apa jenis dagangan Anda ?</p> <p><input type="checkbox"/> A. Makanan / minuman siap saji (makanan matang)</p> <p><input type="checkbox"/> B. Bahan Mentah (Sayuran, Daging, Ikan, Telur, Bumbu dapur dan lain-lain)</p> <p><input type="checkbox"/> C. Jasa seperti tukang cukur, tukang pijat, penjahit, dan lain-lain</p> <p><input type="checkbox"/> D. Barang Lainnya (buku, mainan, pecah belah, dan lain-lain)</p>	
<p>26. Jika anda membayar zakat perdagangan, apakah Anda yakin harta Anda akan bertambah ?</p> <p><input type="checkbox"/> A. Ya</p> <p><input type="checkbox"/> B. Tidak</p> <p><input type="checkbox"/> C. Tidak Tahu</p>	<p>27. Jika anda membayar zakat perdagangan, kemanakah anda membayar zakat perdagangan ?</p> <p><input type="checkbox"/> A. Badan Amil Zakat (BAZ, LAZ, PKPU, Dompot Dhuafa, dan lain-lain)</p> <p><input type="checkbox"/> B. Masjid terdekat</p> <p><input type="checkbox"/> C. Menyalurkan langsung</p>
<p>28. Berapakah keuntungan anda rata-rata per hari ? .</p> <p><input type="checkbox"/> A. ≤ 100 ribu</p> <p><input type="checkbox"/> B. 100 ribu – 500 ribu</p> <p><input type="checkbox"/> C. 500 ribu - 1 Juta</p> <p><input type="checkbox"/> D. > 1 juta</p>	<p>29. Jika anda membayar zakat perdagangan, Apakah Anda mendapat kepuasan batin ?</p> <p><input type="checkbox"/> A. Ya</p> <p><input type="checkbox"/> B. Tidak</p> <p><input type="checkbox"/> C. Tidak Tahu</p>
<p>30. Apakah alasan Anda membayar zakat perdagangan melalui Masjid terdekat atau menyalurkan secara langsung dan tidak menyalurkannya melalui BAZ/LAZ ?</p> <p><input type="checkbox"/> A. Tidak mengetahui adanya BAZ/LAZ</p> <p><input type="checkbox"/> B. Tidak percaya terhadap BAZ/LAZ</p> <p><input type="checkbox"/> C. Di lingkungan banyak yang lebih membutuhkan</p> <p><input type="checkbox"/> D. Lainnya, Sebutkan</p>	
<p>31. Menurut Anda, apakah keuntungan yang anda peroleh jika Anda membayar zakat perdagangan ?</p> <p><input type="checkbox"/> A. Harta akan bertambah</p> <p><input type="checkbox"/> B. Pahala akan bertambah</p> <p><input type="checkbox"/> C. Harta dan Pahala akan bertambah</p> <p><input type="checkbox"/> D. Tidak Tahu</p> <p><input type="checkbox"/> E. Tidak Ada</p>	
<p>32. Selain zakat, apakah Anda sering mengeluarkan Infaq atau Shadaqah ?</p> <p><input type="checkbox"/> A. Ya</p> <p><input type="checkbox"/> B. Kadang-kadang</p> <p><input type="checkbox"/> C. Tidak</p>	

UJI VALIDITAS

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,839
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	119,151
	df	10
	Sig.	,000

Anti-image Matrices

		P8	P14	P18	P22	P23
Anti-image Covariance	P8	,468	-,128	,048	,010	-,093
	P14	-,128	,146	-,078	-,059	,014
	P18	,048	-,078	,176	-,075	-,033
	P22	,010	-,059	-,075	,176	-,086
	P23	-,093	,014	-,033	-,086	,502
Anti-image Correlation	P8	,826 ^a	-,489	,166	,034	-,193
	P14	-,489	,797 ^a	-,488	-,367	,053
	P18	,166	-,488	,831 ^a	-,425	-,110
	P22	,034	-,367	-,425	,854 ^a	-,290
	P23	-,193	,053	-,110	-,290	,919 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,710
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	42,407
	df	3
	Sig.	,000

Anti-image Matrices

		P23	P26	P29
Anti-image Covariance	P23	,496	-,074	-,188
	P26	-,074	,412	-,218
	P29	-,188	-,218	,333
Anti-image Correlation	P23	,782 ^a	-,164	-,462
	P26	-,164	,717 ^a	-,589
	P29	-,462	-,589	,656 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,680
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	46,042
	df	15
	Sig.	,000

Anti-image Matrices

		P6	P7	P12	P21	P24	P32
Anti-image Covariance	P6	,444	,064	-,219	,012	-,220	-,099
	P7	,064	,663	-,014	-,262	-,181	,147
	P12	-,219	-,014	,510	-,138	-,081	,129
	P21	,012	-,262	-,138	,710	,010	,055
	P24	-,220	-,181	-,081	,010	,489	-,086
	P32	-,099	,147	,129	,055	-,086	,861
Anti-image Correlation	P6	,650 ^a	,117	-,461	,021	-,472	-,160
	P7	,117	,637 ^a	-,024	-,382	-,317	,194
	P12	-,461	-,024	,731 ^a	-,230	-,163	,195
	P21	,021	-,382	-,230	,706 ^a	,017	,070
	P24	-,472	-,317	-,163	,017	,710 ^a	-,132
	P32	-,160	,194	,195	,070	-,132	,507 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

UJI RELIABILITAS

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,861	,920	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P8	4,93	16,064	,651	,532	,865
P14	4,40	11,766	,907	,854	,777
P18	4,37	12,240	,889	,824	,786
P22	3,17	6,695	,895	,824	,863
P23	5,13	15,982	,696	,498	,861

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,834	,869	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P23	2,13	3,499	,697	,504	,863
P26	1,47	1,913	,762	,588	,714
P29	1,40	1,834	,814	,667	,649

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,678	,651	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P6	3,70	2,907	,622	,556	,548
P7	4,43	3,840	,321	,337	,664
P12	3,67	2,920	,593	,490	,560
P21	4,60	4,041	,351	,290	,656
P24	3,60	3,145	,673	,511	,542
P32	4,33	4,782	-,073	,139	,763

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Salur_Zakat	BAZ/LAZ	11	16,9%
	Masjid	14	21,5%
	Langsung	40	61,5%
PZ	Baik	43	66,2%
	Kurang	22	33,8%
YAKIN	Yakin	40	61,5%
	Tidak Yakin	25	38,5%
IBDH	Baik	56	86,2%
	Tidak Baik	9	13,8%
Valid		65	100,0%
Missing		0	
Total		65	
Subpopulation		8 ^a	

a. The dependent variable has only one value observed in 2 (25,0%) subpopulations.

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	57,847			
Final	24,110	33,738	6	,000

Pseudo R-Square

Cox and Snell	,405
Nagelkerke	,480
McFadden	,279

Likelihood Ratio Tests

Effect	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	24,110 ^a	,000	0	.
PZ	35,831	11,721	2	,003
YAKIN	46,828	22,719	2	,000
IBDH	31,276	7,166	2	,028

The chi-square statistic is the difference in -2 log-likelihoods between the final model and a reduced model. The reduced model is formed by omitting an effect from the final model. The null hypothesis is that all parameters of that effect are 0.

- a. This reduced model is equivalent to the final model because omitting the effect does not increase the degrees of freedom.

MULTINOMIAL LOGIT

Parameter Estimates

Salur_Zakat ^a	B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)		
							Lower Bound	Upper Bound	
Masjid	Intercept	1,315	249,786	1	,000				
	[PZ=0]	1,348	7,832	1	,005	,023	,002	,323	
	[PZ=1]	0 ^b		0					
	[YAKIN=0]	4,089	1,343	9,263	1	,002	59,666	4,288	830,286
	[YAKIN=1]	0 ^b			0				
	[IBDH=0]	-19,696	,778	641,556	1	,000	2,79E-009	6,09E-010	1,28E-008
[IBDH=1]	0 ^b			0					
Lang sung	Intercept	1,071	363,684	1	,000				
	[PZ=0]	1,253	6,346	1	,012	,043	,004	,496	
	[PZ=1]	0 ^b		0					
	[YAKIN=0]	4,345	1,222	12,644	1	,000	77,089	7,029	845,453
	[YAKIN=1]	0 ^b			0				
	[IBDH=0]	-18,610	,000		1		8,28E-009	8,28E-009	8,28E-009
[IBDH=1]	0 ^b			0					

a. The reference category is: BAZ/LAZ.

b. This parameter is set to zero because it is redundant.

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	26	13,9	13,9	13,9
	1	32	17,1	17,1	31,0
	2	69	36,9	36,9	67,9
	3	60	32,1	32,1	100,0
	Total	187	100,0	100,0	

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	36	19,3	19,3	19,3
	1	84	44,9	44,9	64,2
	2	64	34,2	34,2	98,4
	3	3	1,6	1,6	100,0
	Total	187	100,0	100,0	

JK

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	113	60,4	60,4	60,4
	1	74	39,6	39,6	100,0
	Total	187	100,0	100,0	

Status_Nikah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	166	88,8	88,8	88,8
	1	21	11,2	11,2	100,0
	Total	187	100,0	100,0	

Jml_Anak

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	84	44,9	44,9	44,9
	1	70	37,4	37,4	82,4
	2	33	17,6	17,6	100,0
	Total	187	100,0	100,0	

Asal

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	65	34,8	34,8	34,8
	1	122	65,2	65,2	100,0
	Total	187	100,0	100,0	

Modal

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	74	39,6	39,8	39,8
	1	70	37,4	37,6	77,4
	2	42	22,5	22,6	100,0
	Total	186	99,5	100,0	
Missing	System	1	,5		
Total		187	100,0		

lama_dgg

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	57	30,5	30,5	30,5
	1	36	19,3	19,3	49,7
	2	33	17,6	17,6	67,4
	3	46	24,6	24,6	92,0
	4	14	7,5	7,5	99,5
	5	1	,5	,5	100,0
	Total	187	100,0	100,0	

Keuntungan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	113	60,4	60,8	60,8
	1	67	35,8	36,0	96,8
	2	1	,5	,5	97,3
	3	5	2,7	2,7	100,0
	Total	186	99,5	100,0	
Missing	System	1	,5		
Total		187	100,0		

Jenis_dagangan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	77	41,2	41,2	41,2
	1	48	25,7	25,7	66,8
	2	31	16,6	16,6	83,4
	3	31	16,6	16,6	100,0
	Total	187	100,0	100,0	

jenis_usaha

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	24	12,8	12,8	12,8
1	29	15,5	15,5	28,3
2	49	26,2	26,2	54,5
3	43	23,0	23,0	77,5
4	35	18,7	18,7	96,3
5	7	3,7	3,7	100,0
Total	187	100,0	100,0	

Karakteristik dan Membayar Zakat

Usia * BAYAR Crosstabulation

% within Usia

	BAYAR		Total
	Tidak	Ya	
Usia 0	73,1%	26,9%	100,0%
1	68,8%	31,3%	100,0%
2	68,1%	31,9%	100,0%
3	56,7%	43,3%	100,0%
Total	65,2%	34,8%	100,0%

Usia * Salur_Zakat Crosstabulation

% within Usia

	Salur_Zakat			Total
	0	1	2	
Usia 0		57,1%	42,9%	100,0%
1		30,0%	70,0%	100,0%
2	45,5%	9,1%	45,5%	100,0%
3	3,8%	19,2%	76,9%	100,0%
Total	16,9%	21,5%	61,5%	100,0%

JK * BAYAR Crosstabulation

% within JK

	BAYAR		Total
	Tidak	Ya	
JK 0	59,3%	40,7%	100,0%
1	74,3%	25,7%	100,0%
Total	65,2%	34,8%	100,0%

JK * Salur_Zakat Crosstabulation

% within JK

		Salur_Zakat			Total
		0	1	2	
JK	0	19,6%	15,2%	65,2%	100,0%
	1	10,5%	36,8%	52,6%	100,0%
Total		16,9%	21,5%	61,5%	100,0%

Status_Nikah * JK Crosstabulation

% within Status_Nikah

		JK		Total
		0	1	
Status_Nikah	0	62,7%	37,3%	100,0%
	1	42,9%	57,1%	100,0%
Total		60,4%	39,6%	100,0%

Status_Nikah * BAYAR Crosstabulation

% within Status_Nikah

		BAYAR		Total
		Tidak	Ya	
Status_Nikah	0	65,1%	34,9%	100,0%
	1	66,7%	33,3%	100,0%
Total		65,2%	34,8%	100,0%

Status_Nikah * Salur_Zakat Crosstabulation

% within Status_Nikah

		Salur_Zakat			Total
		0	1	2	
Status_Nikah	0	17,2%	20,7%	62,1%	100,0%
	1	14,3%	28,6%	57,1%	100,0%
Total		16,9%	21,5%	61,5%	100,0%

Jml_Anak * Status_Nikah Crosstabulation

% within Jml_Anak

		Status_Nikah		Total
		0	1	
Jml_Anak	0	82,1%	17,9%	100,0%
	1	92,9%	7,1%	100,0%
	2	97,0%	3,0%	100,0%
Total		88,8%	11,2%	100,0%

Jml_Anak * BAYAR Crosstabulation

% within Jml_Anak

		BAYAR		Total
		Tidak	Ya	
Jml_Anak	0	73,8%	26,2%	100,0%
	1	65,7%	34,3%	100,0%
	2	42,4%	57,6%	100,0%
Total		65,2%	34,8%	100,0%

Jml_Anak * Salur_Zakat Crosstabulation

% within Jml_Anak

		Salur_Zakat			Total
		0	1	2	
Jml_Anak	0	4,5%	22,7%	72,7%	100,0%
	1	41,7%	25,0%	33,3%	100,0%
	2		15,8%	84,2%	100,0%
Total		16,9%	21,5%	61,5%	100,0%

Asal * BAYAR Crosstabulation

% within Asal

		BAYAR		Total
		Tidak	Ya	
Asal	0	56,9%	43,1%	100,0%
	1	69,7%	30,3%	100,0%
Total		65,2%	34,8%	100,0%

Asal * Salur_Zakat Crosstabulation

% within Asal

		Salur_Zakat			Total
		0	1	2	
Asal	0		25,0%	75,0%	100,0%
	1	29,7%	18,9%	51,4%	100,0%
Total		16,9%	21,5%	61,5%	100,0%

Alasan_bayar * Asal Crosstabulation

% within Asal

		Asal		Total
		0	1	
Alasan_bayar	0	7,1%	2,7%	4,6%
	1		2,7%	1,5%
	2	89,3%	56,8%	70,8%
	3	3,6%	37,8%	23,1%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

Modal * Jumlah_kary Crosstabulation

% within Modal

		Jumlah_kary			Total
		0	1	2	
Modal	0	90,5%	6,8%	2,7%	100,0%
	1	92,9%	5,7%	1,4%	100,0%
	2	59,5%	7,1%	33,3%	100,0%
Total		84,4%	6,5%	9,1%	100,0%

Modal * BAYAR Crosstabulation

% within Modal

		BAYAR		Total
		Tidak	Ya	
Modal	0	86,5%	13,5%	100,0%
	1	58,6%	41,4%	100,0%
	2	38,1%	61,9%	100,0%
Total		65,1%	34,9%	100,0%

Modal * Salur_Zakat Crosstabulation

% within Modal

		Salur_Zakat			Total
		0	1	2	
Modal	0		40,0%	60,0%	100,0%
	1	34,5%	24,1%	41,4%	100,0%
	2	3,8%	11,5%	84,6%	100,0%
Total		16,9%	21,5%	61,5%	100,0%

Modal * Keuntungan Crosstabulation

% within Modal

		Keuntungan				Total
		0	1	2	3	
Modal	0	83,6%	16,4%			100,0%
	1	57,1%	37,1%	1,4%	4,3%	100,0%
	2	28,6%	66,7%		4,8%	100,0%
Total		61,1%	35,7%	,5%	2,7%	100,0%

Keuntungan * BAYAR Crosstabulation

% within Keuntungan

		BAYAR		Total
		Tidak	Ya	
Keuntungan	0	79,6%	20,4%	100,0%
	1	41,8%	58,2%	100,0%
	2		100,0%	100,0%
	3	60,0%	40,0%	100,0%
Total		65,1%	34,9%	100,0%

Keuntungan * Salur_Zakat Crosstabulation

% within Keuntungan

		Salur_Zakat			Total
		0	1	2	
Keuntungan	0		30,4%	69,6%	100,0%
	1	28,2%	17,9%	53,8%	100,0%
	2			100,0%	100,0%
	3			100,0%	100,0%
Total		16,9%	21,5%	61,5%	100,0%

Jenis_dagangan * Modal Crosstabulation

% within Jenis_dagangan

		Modal			Total
		0	1	2	
Jenis_dagangan	0	68,8%	27,3%	3,9%	100,0%
	1	25,0%	58,3%	16,7%	100,0%
	2	6,5%	41,9%	51,6%	100,0%
	3	23,3%	26,7%	50,0%	100,0%
Total		39,8%	37,6%	22,6%	100,0%

Jenis_dagangan * Keuntungan Crosstabulation

% within Jenis_dagangan

		Keuntungan				Total
		0	1	2	3	
Jenis_dagangan	0	80,5%	18,2%		1,3%	100,0%
	1	59,6%	38,3%		2,1%	100,0%
	2	29,0%	67,7%	3,2%		100,0%
	3	45,2%	45,2%		9,7%	100,0%
Total		60,8%	36,0%	,5%	2,7%	100,0%

Jenis_dagangan * BAYAR Crosstabulation

% within Jenis_dagangan

		BAYAR		Total
		Tidak	Ya	
Jenis_dagangan	0	77,9%	22,1%	100,0%
	1	58,3%	41,7%	100,0%
	2	41,9%	58,1%	100,0%
	3	67,7%	32,3%	100,0%
Total		65,2%	34,8%	100,0%

Jenis_dagangan * Salur_Zakat Crosstabulation

% within Jenis_dagangan

		Salur_Zakat			Total
		0	1	2	
Jenis_dagangan	0		41,2%	58,8%	100,0%
	1	45,0%	30,0%	25,0%	100,0%
	2	11,1%		88,9%	100,0%
	3		10,0%	90,0%	100,0%
Total		16,9%	21,5%	61,5%	100,0%

jenis_usaha * Modal Crosstabulation

% within jenis_usaha

		Modal			Total
		0	1	2	
jenis_usaha	0	95,8%	4,2%		100,0%
	1	62,1%	37,9%		100,0%
	2	50,0%	43,8%	6,3%	100,0%
	3	9,3%	58,1%	32,6%	100,0%
	4	14,3%	22,9%	62,9%	100,0%
	5		57,1%	42,9%	100,0%
Total		39,8%	37,6%	22,6%	100,0%

jenis_usaha * Keuntungan Crosstabulation

% within jenis_usaha

		Keuntungan				Total
		0	1	2	3	
jenis_usaha	0	100,0%				100,0%
	1	79,3%	20,7%			100,0%
	2	73,5%	18,4%	2,0%	6,1%	100,0%
	3	30,2%	69,8%			100,0%
	4	45,7%	48,6%		5,7%	100,0%
	5	28,6%	71,4%			100,0%
Total		60,8%	36,0%	,5%	2,7%	100,0%

PZ * YAKIN Crosstabulation

% within PZ

		YAKIN		Total
		Yakin	Tidak Yakin	
PZ	Baik	62.7%	37.3%	100.0%
	Kurang	17.6%	82.4%	100.0%
Total		29.9%	70.1%	100.0%

PZ * IBDH Crosstabulation

% within PZ

		IBDH		Total
		Baik	Tidak Baik	
PZ	Baik	82.4%	17.6%	100.0%
	Kurang	54.4%	45.6%	100.0%
Total		62.0%	38.0%	100.0%

YAKIN * IBDH Crosstabulation

% within YAKIN

		IBDH		Total
		Baik	Tidak Baik	
YAKIN	Yakin	83.9%	16.1%	100.0%
	Tidak Yakin	52.7%	47.3%	100.0%
Total		62.0%	38.0%	100.0%