

PENGARUH RELIGIUSITAS  
DAN REPUTASI TERHADAP  
MINAT MUZAKKI DALAM  
MEMBAYAR ZAKAT PROFESI  
(Studi Kasus di Kabupaten  
Ponorogo)

*by* Fery Setiawan

---

**Submission date:** 15-May-2019 01:25PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1130763511

**File name:** 1553-2883-1-SM.pdf (291.38K)

**Word count:** 3326

**Character count:** 20785

# PENGARUH RELIGIUSITAS DAN REPUTASI TERHADAP MINAT MUZAKKI DALAM MEMBAYAR ZAKAT PROFESI (Studi Kasus di Kabupaten Ponorogo)

Fery Setiawan<sup>1)</sup>

Dosen Universitas Muhammadiyah Ponorogo

## Abstract

*This study aims to analyse the factors that influence the interest of muzakki in paying zakat profession through zakat institution. The constructs used in this study are religiosity and reputation as the variables used in measuring the interest. This research was conducted in Ponorogo district. The research method used in this research is quantitative. The researcher approaches this study with survey method, in which the scale of instrument measurement used is the Likert scale as well as using purposive technique in sampling. The data analysis technique used in this research is regression analysis and the data is processed by using SPSS for windows version 20. The results of this study indicate that the factor of religiosity and reputation have a statistically significant effect on the interest of muzakki in paying zakat profession through zakat institution in Ponorogo district.*

**Keywords:** zakat profession, interest, religiosity, reputation

## PENDAHULUAN

Zakat adalah salah satu pilar Islam dan salah satu bagian dari ibadah yang dibutuhkan oleh umat Islam (Khamis et al. 2014). Dalam istilah fiqih, zakat berarti memberikan sebagian dari harta yang sudah sampai *nishab*-nya kepada orang fakir dan lain-lainnya, tanpa ada halangan syar'i yang melarang untuk melakukannya (As dan Solikah, 2015). Estu et al (2017) menjelaskan bahwa zakat adalah bagian perekonomian Indonesia yang membutuhkan pengembangan dan strukturalisasi. Dana zakat harus dapat dikelola lebih baik oleh sistem organisasi zakat yang seharusnya ditingkatkan kinerjanya.

Kejayaan Islam dalam hal pengumpulan zakat di masa lalu belum bisa diikuti ada umat Islam zaman sekarang. Muhammad dan Saad (2016) menjelaskan bahwa dalam beberapa tahun terakhir lembaga zakat di sebagian besar negara Muslim mencatat tingkat koleksi yang rendah. Pembayar zakat enggan membayar zakat ke lembaga zakat karena memiliki dan memilih menyalurkan langsung kepada *Mustahiq* (Sanep & Hairunnizam, 2004). Akibatnya timbul ketidakadilan di antara penerima zakat, karena yang memiliki informasi *Mustahiq* yang lebih lengkap dan tepat. Hal ini juga sejalan dengan penelitian Uzaifah (2007:135), Infoz 2011:21, Huda dan Sawarjuwono:2013 dalam Canggih et al (2017).

Pembayaran zakat bersama-sama melalui lembaga zakat memang adalah pilihan membayar zakat selain membayar langsung kepada Asnaf. Perlu untuk diketahui bahwa shalat, puasa, zakat dan haji semua dilakukan di jama'ah. Dalam hal ibadah shalat, Nabi Muhammad ﷺ mendorong kita untuk shalat berjamaah. Selain itu, pada bulan Ramadan seluruh umat muslim diwajibkan

<sup>1)</sup> Koresponden Penulis : fery.fahrissetiawan@gmail.com

melaksanakan ibadah wajib puasa Ramadhan. Demikian juga, haji yang dilakukan di Arab Saudi semua muslim di seluruh dunia berkumpul untuk melakukan haji.

Dalam kasus zakat, selama periode Nabi Muhammad ﷺ didirikan sebuah komite yang terdiri dari dua puluh lima orang diberi amanah untuk pengumpulan dan distribusi zakat. Pengumpulan dan pendistribusian melalui panitia zakat diperluas ke masa khilafah Abu Bakar, lalu sampai pada khilafah Umar bin Khattab, selanjutnya sampai pada khalifah Usman bin Affan serta berlaku hingga khilafah Ali bin Abi Thalib sampai saat Umar bin Abdul Aziz. Karena itu, meski telah mengalami perubahan saat ini, pembayaran zakat ke lembaga zakat tidak wajib dilakukan. (Muhammad dan Saad, 2016)

Potensi perolehan zakat di Indonesia sebenarnya cukup besar, akan tetapi belum bisa dimaksimalkan. Dari total penduduk di Indonesia, diasumsikan yang wajib membayar zakat maal adalah angkatan kerja beragama Islam yang sedang bekerja. Rata-rata sekitar 39% dari total penduduk Indonesia, wajib membayar zakat maal. Jika pendapatan perkapita penduduk Indonesia pada tahun 2015 sejumlah Rp 31,360.300,- maka potensi perolehan zakat seharusnya mencapai Rp 82.609.152.671.724 . Perolehan zakat pada tahun 2015 perolehan zakat mencapai Rp 74.225.748.204,- atau kurang dari 1 % dari potensi zakat yang ada. (Canggih et al, 2017).

Ketimpangan antara potensi zakat dan realisasi zakat yang diterima bertolak belakang dengan fakta bahwa Indonesia merupakan negara dengan penduduk Muslim terbesar di dunia, dengan hampir 87.5% penduduk Muslim. Ketimpangan antara potensi dan realisasi zakat berkisar pada 0.06% pada tahun 2011, 0.068% pada tahun 2012, 0.075% pada tahun 2013, 0.089% pada tahun 2014, dan 0,09% pada tahun 2015. Siswanto dan Nurhayati (2012) dan Mukhlis dan Beik (2013) menyebutkan bahwa mayoritas penduduk Muslim di Indonesia masih enggan dan kurang termotivasi untuk membayar zakat, terutama zakat maal.

Minimnya minat muzakki untuk menyalurkan zakat profesi ke lembaga pengelola zakat menjadi penyebab kesenjangan antara besaran potensi zakat dan nominal zakat yang diterima. Profesionalisme lembaga zakat dan hasil pengelolaan zakat yang tidak terpublikasi kepada masyarakat luas adalah hal yang membuat kepercayaan masyarakat rendah terhadap lembaga pengelola zakat (Hafiduddin, 2011, Wahid dkk, 2009). Hal ini menunjukkan kepatuhan masyarakat dalam membayar zakat berbanding lurus dengan peran dari lembaga zakat.

Penelitian ini berfokus pada faktor yang mempengaruhi minat muzakki dalam membayar zakat profesi melalui Lembaga Amil Zakat. Hal ini dikarenakan fenomena yang terjadi adalah masih kurangnya optimalisasi pengumpulan dana zakat yang disebabkan oleh minimnya minat muzakki dalam membayar zakat. Oleh karena itu, banyak muzakki yang menyalurkan zakat profesinya langsung kepada *mustahiq* sehingga menimbulkan ketidakadilan di antara *mustahiq* (Sanep & Hairunnizam, 2004).

Dari beberapa penelitian terdahulu, terdapat perbedaan yakni faktor religiusitas berpengaruh pada minat membayar zakat (Farah et al, 2015 ; Hanifah, 2015; Satrio dan Siswanto, 2016 ; Jaffri et al, 2012), Akan tetapi menurut Khamis et al (2014) faktor religiusitas tidak mempengaruhi minat membayar zakat. Faktor berikutnya adalah reputasi lembaga zakat yang menjadi faktor ekstrinsik muzakki terhadap minat membayar zakat (Farah et al, 2015) dan ini berbeda dengan Hanafiah dan Ridla (2015) yang menjelaskan bahwa citra/reputasi lembaga tidak mempengaruhi minat muzakki dalam membayar zakat melalui lembaga zakat.

Kata zakat dari sisi estimologi berasal dari kata (*al zakah*), sedangkan *lafaz al zakah* itu sendiri memiliki arti tumbuh, baik, suci dan berkah. Lebih lanjut, kata zakat tersebut memiliki dua arti. *Pertama*, melalui zakat, pahala yang diterima seseorang akan semakin subur. *Kedua*, membayar zakat adalah sebuah perwujudan kesucian jiwa manusia dari sifat kikir dan dosa yang telah diperbuat (Aziz dan Solikah, 2015).

Sedangkan secara istilah, beberapa ulama ahli fiqh (*fuqaha*) telah menyampaikan dalam beberapa pengertian yang salah satunya:

إليه الصرف من يمنع شرعي بمانع متصف غير ونحوه فقير الى النصاب من جزاء عطاء

Terjemahan : Memberikan sebagian harta yang telah sampai pada nishabnya kepada kaum fakir dan pihak yang berhak menerima lainnya, tanpa terdapat halangan syar'i yang menyebabkan larangan untuk melakukannya" (al Syawkani, tt: 114)

Zakat profesi adalah zakat yang diperoleh dari segala jenis penghasilan yang halal yang diperoleh setiap individu Muslim, serta telah mencapai batas minimum terkena zakat (*nishab*) dan telah jatuh tempo (*hawl*) (Zuhdi, 1997:229). Dalam pengertian lain, menurut Didin Hafiduddin, zakat profesi merupakan zakat yang dibebankan kepada setiap pekerjaan atau keahlian tertentu, baik yang dilakukan individu maupun secara kolektif yang mendatangkan penghasilan (uang) yang mencapai *nisab*. (Hafiduddin, 2004: 103). Sedangkan Al-Qardawi memiliki pendapat bahwa kategori zakat profesi atau penghasilan yang wajib dibayar zakatnya yaitu semua jenis penghasilan yang diperoleh selain dari harta yang sudah dikenakan zakat (Qardawi, 2005:59)

Faktor religiusitas menjadi salah faktor yang mempengaruhi minat muzakki dalam membayar zakat (Farah et al, 2015 ; Khamis et al. 2014 ; Satrio dan Siswantoro, 2016). Hal ini sejalan dengan Jaffri et al (2012) yang menjelaskan bahwa religiusitas merupakan wujud dari implementasi pedoman umat Islam yang diikuti dalam melakukan aktivitas sehari-hari dan penilaian mereka terhadap keputusan pemenuhan kewajiban membayar zakat. Adanya keyakinan terhadap Allah ﷻ, kemauan untuk patuh terhadap perintah Allah ﷻ dan konsekuensi sosial dengan dilandasi pengetahuan serta pemahaman yang baik akan membentuk religiusitas muzakki dalam pengaruhnya terhadap minat membayar zakat melalui lembaga amil zakat. Sehingga, semakin tinggi tingkat religiusitas muzakki, maka akan semakin tinggi minat muzakki dalam membayar zakat.

Religiusitas berasal dari bahasa latin *relegare* yang berarti mengikat secara erat atau ikatan kebersamaan. Religiusitas adalah sebuah ekspresi spiritual seseorang yang berkaitan dengan sistem keyakinan, nilai, hukum yang berlaku dan ritual. Religius merupakan aspek yang telah dihayati oleh individu didalam hati, getaran hati nurani dan sikap personal (Mangun Wijaya dalam Ghazali, 2014: 37).

Dalam menjelaskan subjek religiusitas, Paus dan Raihana Mohd Ali (2010) dalam Khamis et al (2014) memasukkannya ke dalam dua perspektif yang terdiri dari afiliasi keagamaan dan komitmen keagamaan. Afiliasi keagamaan mengacu pada golongan agama tertentu yang dimiliki oleh individu seperti Islam, Kristen, Budha dan Hinduisme. Sementara komitmen religius mengacu pada komitmen individu terhadap agama dan ajarannya.

Faktor kredibilitas sebuah lembaga zakat secara signifikan mempengaruhi niat membayar zakat profesi (Farah et al, 2015). Jika reputasi lembaga baik, maka Muzakki sebagai *stakeholder* utama Lembaga Amil Zakat akan memberi penilaian kolektif terhadap lembaga sehingga tercipta reputasi Lembaga Zakat tersebut. Sehingga, semakin baik reputasi sebuah lembaga amil

zakat maka akan semakin tinggi minat muzakki dalam membayar zakat melalui lembaga amil zakat.

Reputasi adalah penilaian kolektif terhadap kemampuan perusahaan untuk memberikan hasil yang bernilai kepada kelompok pemangku kepentingan yang representatif (Fombrun, dkk, 2000). Menurut Mitnick dan Mahon (2007), reputasi adalah persepsi individu yang muncul karena kinerja atau kualitas dari individu atau organisasi tersebut. Sedangkan Brown dan Logsdon (1999) menjelaskan bahwa reputasi adalah kumpulan penilaian pihak luar dalam jangka panjang terhadap seberapa baik komitmen perusahaan untuk memenuhi harapan *stakeholders*.

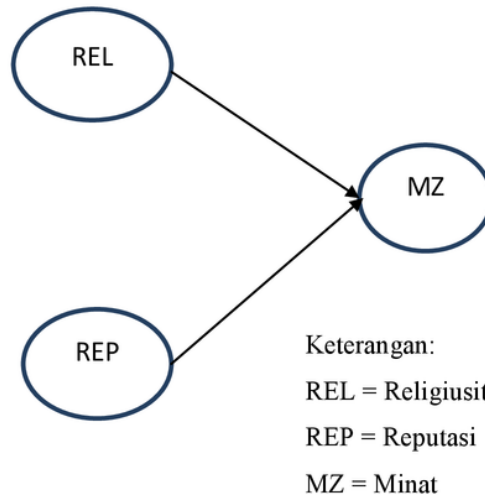
Reputasi sebuah perusahaan relatif stabil dan bersifat jangka panjang sebagai hasil penilaian kolektif oleh pihak luar terhadap tindakan dan prestasi sebuah perusahaan. Dalam pengertian lain, reputasi merupakan penghargaan yang didapat oleh perusahaan karena adanya keunggulan-keunggulan yang ada pada perusahaan tersebut, seperti kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan, sehingga perusahaan akan terus dapat mengembangkan dirinya untuk terus dapat menciptakan hal-hal yang baru lagi bagi pemenuhan kebutuhan pelanggan. Reputasi berarti kepercayaan, integritas, dan kejujuran. Hal ini dapat dilihat dari pengalaman masa lalu, kepercayaan pihak ketiga, integritas, dan kejujuran.

Berdasarkan kerangka pemikiran teoritis yang telah dibahas dalam studi literatur sebelumnya dan juga hasil dan temuan dari beberapa penelitian terdahulu, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

**H1.** Faktor religiusitas berpengaruh terhadap minat masyarakat muzakki zakat profesi melalui LAZ.

**H2.** Faktor reputasi berpengaruh terhadap minat masyarakat muzakki zakat profesi melalui LAZ.

Berdasarkan variabel penelitian terbentuk suatu paradigma penelitian yang menggambarkan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini, yaitu:



## METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Peneliti menggunakan pendekatan dengan metode survey. Populasi dalam penelitian ini adalah muzakki yang membayar zakat profesi di salah satu dari tiga lembaga zakat yakni, LAZ, LAZIS Muhammadiyah dan LAZIS NU. Skala pengukuran instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *linkert* serta menggunakan teknik *Purposive Sampling* dalam pengambilan sampel dimana sampel diambil dari populasi berdasarkan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya. Kriteria yang diambil dalam penelitian ini adalah muzakki yang terdaftar dalam ketiga lembaga amil zakat yang dipilih oleh peneliti dan secara rutin membayar zakat profesi melalui salah satu dari tiga lembaga amil zakat tersebut. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi dan data tersebut diolah dengan menggunakan program SPSS for windows versi 20.

### Definisi Operasional

#### a. Religiusitas

Religiusitas merupakan perwujudan ketaatan beragama dalam keyakinan, pola pikir dan perilaku seseorang dalam mengamalkan rukun Islam yang ketiga. (Turner, 2006). Pengukuran variabel religiusitas menggunakan beberapa indikator diantaranya Keyakinan, Pengamalan, Penghayatan, Pengetahuan dan Konsekuensi.

#### b. Reputasi

Farah et al. (2015) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa reputasi sebuah Lembaga Zakat merupakan faktor ekstrinsik yang berpengaruh terhadap minat muzakki dalam membayar zakat profesi. Pengukuran variabel reputasi menggunakan indikator progresif dan inovatif, memuaskan, fleksibilitas, orientasi muzakki, dapat dipercaya, dan kesehatan keuangan.

#### c. Minat

Dorongan internal dan eksternal yang berhubungan dengan sikap untuk memutuskan memenuhi kewajiban zakat (Shaleh, 2003). Pengukuran variabel menggunakan beberapa indikator yaitu Dorongan dari dalam diri individu, motif sosial dan faktor emosional.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen.

Tabel 1. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Model		F	Sig.	Keterangan
1	Regression	28,139	,000 <sup>b</sup>	Signifikan
	Residual			
	Total			

Hasil perhitungan pada tabel 1 diperoleh nilai F hitung = 28,139 dan signifikan pada  $0,000 < 0,05$  yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan variabel-variabel REL dan REP secara bersama-sama terhadap minat muzakki dalam membayar zakat melalui Lembaga Zakat.

## 2. Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar nilai prosentase kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari hasil perhitungan didapat nilai koefisien determinasi. Dalam *output* SPSS, koefisien determinasi terletak pada tabel *Model Summary* dan tertulis *R square* sebagai berikut:

**Tabel 2. Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,646 <sup>a</sup>	0,417	0,402	1,292

Dari hasil perhitungan statistik pada tabel 2 dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,402. Hal tersebut berarti bahwa variasi perubahan MZ dipengaruhi oleh perubahan REL dan REP sebesar 40,2%, sedangkan sisanya dipengaruhi variabel yang ada diluar model ini adalah sebesar 59,8%

## 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis data dalam penelitian ini akan dilakukan dengan model regresi linier berganda, dimana dalam analisis regresi tersebut akan menguji pengaruh religiusitas, kepercayaan dan reputasi terhadap minat muzakki dalam membayar zakat profesi melalui lembaga zakat. Pengolahan data menggunakan bantuan program SPSS v.20 berdasarkan data-data yang diperoleh dari 122 sampel penelitian yang dilakukan.

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda yang dilakukan dengan bantuan program SPSS v.20 yaitu dimana REL ( $X_1$ ) dan REP ( $X_2$ ) regresi berganda. Sehingga hasilnya dapat dilihat pada tabel 3

**Tabel 3. Analisis Regresi Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,329	1,326		1,002	0,318
REL	0,184	0,057	0,248	3,202	0,002
REP	0,137	0,042	0,331	3,288	0,001

Hasil analisis regresi berganda diperoleh koefisien untuk variabel bebas REL = 0,184 ; REP = 0,137 dengan kostanta sebesar 1,329, sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$MZ = 1,329 + 0,184 REL + 0,137 REP$$

- Model regresi tersebut mengandung arti:
- a. Nilai kostanta (MZ) sebesar 1,329 yang berarti bahwa jika religiusitas, kepercayaan dan reputasi sama dengan nol maka minat muzakki

- dalam membayar zakat profesi melalui lembaga zakat akan meningkat sebesar 1,329.
- b. Koefisien regresi REL (religiusitas) dari perhitungan linier berganda didapat nilai koefisien ( $b_1$ ) = 0,184. Hal ini berarti setiap ada semakin tinggi religiusitas muzakki (REL) maka minat membayar zakat profesi melalui lembaga zakat (MZ) akan meningkat sebesar 0,184 % dengan anggapan variabel kepercayaan dan reputasi adalah konstan.
  - c. Koefisien regresi REP (reputasi) dari perhitungan linier berganda didapat koefisien ( $b_3$ ) = 0,137. Hal ini berarti semakin baik reputasi sebuah lembaga zakat maka minat muzakki membayar zakat profesi melalui lembaga zakat (MZ) akan meningkat sebesar 0,137%, dengan anggapan variabel religiusitas dan kepercayaan adalah konstan.

#### 4. Pembahasan

Penelitian ini menggunakan data primer dalam menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi berganda dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat muzakki dalam membayar zakat profesi melalui lembaga zakat. Berdasarkan hasil analisis regresi dapat diketahui bahwa variabel independen yang terdiri dari religiusitas dan reputasi berpengaruh terhadap variabel dependen yakni minat muzakki dalam membayar zakat profesi melalui lembaga zakat.

Selanjutnya berdasarkan hasil penelitian ini dapat diperoleh suatu kesimpulan bahwa untuk model umum variabel religiusitas dan minat dalam penelitian ini mampu menerangkan 40,2 % variasi minat muzakki dalam membayar zakat profesi melalui lembaga zakat. Sedangkan sisanya yang sebesar 59,8% dijelaskan oleh variabel-variabel ataupun aspek-aspek di luar model.

Berdasarkan keseluruhan variabel-variabel independen yang diuji secara individual dapat diketahui bahwa untuk model umum dari hasil uji F menunjukkan bahwa variabel religiusitas dan reputasi merupakan variabel yang layak untuk menguji variabel minat muzakki dalam membayar zakat profesi melalui lembaga zakat. Hal tersebut ditunjukkan dari nilai F sebesar 28,139, dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,000 (kurang dari 0,05). Berdasarkan tabel 4.11, maka dapat diketahui bahwa kedua variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi minat muzakki dalam membayar zakat profesi melalui lembaga zakat.

#### SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan hipotesis yang telah dibahas, diketahui bahwa kedua hipotesis yang diajukan yakni religiusitas dan reputasi terdukung. Penyaluran zakat profesi melalui lembaga zakat memang dari beberapa sudut pandang lebih baik daripada disalurkan sendiri. Penelitian ini menunjukkan bahwa muzakki merasa pembayaran zakat profesi melalui lembaga merupakan sebuah wujud religiusitas dalam menjalankan ibadah serta rasa percaya terhadap lembaga zakat yang diberi amanah, yang didukung dengan faktor eksternal yakni reputasi lembaga zakat. Penelitian ini berkontribusi kepada lembaga zakat di Kabupaten Ponorogo untuk meningkatkan sosialisasi dan pemahaman kepada masyarakat agar berminat membayar zakat profesi, karena sangat mungkin masyarakat banyak yang tidak tahu pentingnya membayar zakat profesi dan membayarnya melalui lembaga zakat. Selain itu, lembaga zakat harus mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas lembaga zakat agar menjadi pilihan utama muzakki dalam menyalurkan zakat profesi. Sehingga,



harapannya ke depan adalah potensi pengumpulan zakat profesi di Kabupaten Ponorogo dapat ditingkatkan agar tercapai kesejahteraan bagi umat Islam.

#### DAFTAR PUSTAKA

Aziz dan Solikah. 2015. 'Dua Makalah Seputar Zakat' . Mantab Dakwah Dan Bimbingan Jaliyat Rabwah. Islamhouse

Brown, B. and J. M. Logsdon. 1999. *Corporate Reputation and organization Identity as Constructs for Business and Society Research*, in D.Wood and D. Windsor (eds.), *Proceeding of the Tenth Annual Meeting of the International Association for Business and Socieg*. Paris, France.

Canggih, Clarashinta Et All. 2017. Potensi Dan Realisasi Dana Zakat Indonesia. *Journal Of Islamic Economics*. 1(1)

Estu Widarwati, Nur Choirul Arif & Muhammad Zazim. 2017. Strategic Approach For Optimizing Of Zakah Institution Performance : Customer Relationship Management. *Al-Iqtishad : Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah (Journal Of Islamic Economics) Volume 9*

Farah Mastura Noor Azman & Zainol Bidin. 2015. Factors Influencing Zakat Compliance Behavior on Saving. *International Journal of Business and Social Research* 05(01)

Fombrun, C.J. and van Riel, C.B.M. 2000. The reputational landscape. *Corporate Reputation Review*, Vol. 1 Nos. 1/2, pp. 5-13

Ghazali, Akhmad. 2014. *Pengaruh Religiusitas dan Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Wadiah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*. Skripsi. Tulungagung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri.

Hafidhuddin, Didin. 2011. *Zakat Dalam Perekonomian Modern*. Jakarta : Gema Insani Press

Hanifah Nur'aini Dan M. Rasyid Ridla. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga Dan Religiusitas Terhadap Minat Muzakki Untuk Menyalurkan Zakat Profesi (Studi Di Pos Keadilan Peduli Ummat Yogyakarta). *Jurnal MD*

Jaffri, Ram Al, S.& Kamil, M. I., Zainol, B..2012. Islamic religiosity measurement and its relationship with business income zakat compliance behavior. *Jurnal Pengurusan*.

Khamis, Mohd Rahim, Rohani Mohdb, Arifin Md Sallehc, Abdol Samad Nawi. 2014 Do Religious Practices Influence Compliance Behaviour Of Business Zakat Among Smes? *Journal Of Emerging Economies And Islamic Research*

Mitnick, B.M. dan Mahon, J.F. 2007. *The Concept of Reputational Bliss*, *Journal*

- 9 Mukhlis, Ahmad dan Irfan Syaqui Beik. 2013. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepatuhan Membayar Zakat : Studi KAsus Kabupaten Bogor. *Jurnal Al-Muza'arah*. 1(1)
- 12 Sanep, A., & Hairunnizam, W. 2004. Persepsi Dan Kesedaran Terhadap Perluasan Sumber Zakat Harta Yang Diikhtilaf. In *Seminar Halatuju Zakat Korporat di Alaf Baru* (pp. 35–62). Kajang, Selangor
- Satrio, Eko & Siswanto. 2016. Analisis Faktor Pendapatan, Kepercayaan Dan Religiusitas Dalam Mempengaruhi Minat Muzakki Untuk Membayar Zakat Penghasilan Mellaui Lembaga Amil Zakat. Simposium Nasional Akutansi XIX. Lampung
- 2 Qardawi, Y. 2004. *Hukum Zakat Studi Komperatif Mengenai Status dan Filsafat Zakat Berdasarkan Qur'an dan Hadits*. Jakarta: PT. Mitra Kerjaya Indonesia.
- Muhammad, Sani Adam & Ram Al-Jaffri Saad. 2016. Moderating Effect of Attitude toward Zakat Payment on the Relationship between Moral Reasoning and Intention to Pay Zakat. *Procedia- Socia and Behavior Sciences* 219. 520-527
- 2 Shaleh Rahman. 2003. *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Kencana.
- 2 Siswanto, D. & Nurhayati, S. 2012. *Factors Affecting Concern About Zakat As A Tax Deduction In Indonesia*. Universitas Indonesia
- 2 Turner, Brian S. 2006. *Agama dan Teori Sosial Rangka- Pikir Sosiologi Dalam Membaca Eksistensi Tuhan Diantara Gelegar Ideologi-ideologi Kontemporer*, Yogyakarta: IRCiSoD, Cet. II.
- 4 Zuhdi, Masjfuk. 1997. *Masail Fiqhiyah* (Cetakan X). Jakarta : Gunung Agung

# PENGARUH RELIGIUSITAS DAN REPUTASI TERHADAP MINAT MUZAKKI DALAM MEMBAYAR ZAKAT PROFESI (Studi Kasus di Kabupaten Ponorogo)

## ORIGINALITY REPORT

33%

SIMILARITY INDEX

33%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://journal.unesa.ac.id">journal.unesa.ac.id</a> Internet Source	6%
2	<a href="http://adoc.tips">adoc.tips</a> Internet Source	5%
3	<a href="http://anzdoc.com">anzdoc.com</a> Internet Source	5%
4	<a href="http://ejournal.uin-malang.ac.id">ejournal.uin-malang.ac.id</a> Internet Source	3%
5	<a href="http://media.neliti.com">media.neliti.com</a> Internet Source	2%
6	<a href="http://digilib.uin-suka.ac.id">digilib.uin-suka.ac.id</a> Internet Source	2%
7	<a href="http://eprints.iain-surakarta.ac.id">eprints.iain-surakarta.ac.id</a> Internet Source	2%
8	<a href="http://repository.radenintan.ac.id">repository.radenintan.ac.id</a> Internet Source	1%

9	<a href="http://gcafeb.binadarma.ac.id">gcafeb.binadarma.ac.id</a> Internet Source	1%
10	<a href="http://journals.usm.ac.id">journals.usm.ac.id</a> Internet Source	1%
11	<a href="http://docplayer.info">docplayer.info</a> Internet Source	1%
12	<a href="http://thejournalofbusiness.org">thejournalofbusiness.org</a> Internet Source	1%
13	<a href="http://repository.uinsu.ac.id">repository.uinsu.ac.id</a> Internet Source	1%
14	<a href="http://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Internet Source	1%
15	<a href="http://www.emeraldinsight.com">www.emeraldinsight.com</a> Internet Source	1%
16	<a href="http://www.stiepena.ac.id">www.stiepena.ac.id</a> Internet Source	1%
17	<a href="http://ijbel.com">ijbel.com</a> Internet Source	1%

Exclude quotes  On

Exclude bibliography  On

Exclude matches  < 20 words