

PENGARUH TRUST TERHADAP MINAT MASYARAKAT MEMBAYAR ZAKAT PADA BAZNAS KAB. SIDRAP DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING

Winda S¹, Nurfiah Anwar², Muhammad Nasri Katman³
UIN Alauddin Makassar
windasakka25@gmail.com ; nurfiahhanwar05@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to test and determine the effect of trust on people's interest in paying zakat at BAZNAS Kab. Sidrap with religiosity as a moderating variable. This type of research is quantitative research with a survey approach. The population is the Muslim community in the Tellu Limpoe sub-district of 16,008 people using the Krijchie Morgan formula, so the sample obtained is 375 people. The sampling technique is using a non-probability sampling technique, namely with the following criteria: (1) People of Tellu Limpoe District, (2) Islam, (3) Have their own income, and (4) Willing to become informants. This study uses primary data, namely direct responses of respondents through questionnaires and references to journals and books. The data collection method is by distributing questionnaires and via the Google form. The data analysis technique is SEMPLS using the SmartPLS 3 application. The results of this study are that trust positively and significantly influences people's interest in paying zakat at BAZNAS Kab. Sidrap and religiosity do not moderate trust in people's interest in paying zakat at BAZNAS Kab. Sidrap.

Keywords: Trust ; Interest to Pay ; Religiosity

Abstrak : Tujuan penelitian ini yaitu menguji dan mengetahui pengaruh *trust* terhadap minat masyarakat membayar zakat pada BAZNAS Kab. Sidrap dengan religiusitas sebagai variabel moderating. Jenis penelitian yakni penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei. Populasi yaitu masyarakat muslim kecamatan Tellu Limpoe sebesar 16.008 jiwa dengan menggunakan rumus Krijchie Morgan maka sampel yang diperoleh sebesar 375 jiwa. Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan teknik *nonprobability sampling*, yaitu dengan kriteria sebagai berikut: (1) Masyarakat Kecamatan Tellu Limpoe, (2) Islam, (3) Memiliki Penghasilan Sendiri, dan (4) Bersedia menjadi informan. Penelitian ini menggunakan data primer yaitu tanggapan langsung responden melalui kuesioner dan referensi jurnal serta buku. Metode pengumpulan data yaitu dengan menyebar kuesioner dan melalui google form. Adapun teknik analisis data yaitu SEMPLS menggunakan aplikasi SmartPLS 3. Hasil penelitian ini yaitu *trust* secara positif dan signifikan mempengaruhi minat masyarakat membayar zakat pada BAZNAS Kab. Sidrap dan religiusitas tidak memoderasi *trust* terhadap minat masyarakat membayar zakat pada BAZNAS Kab. Sidrap.

Kata Kunci: Trust ; Minat Membayar ; Religiusitas

PENDAHULUAN

Zakat bukan sekadar sebatas slogan agama, tetapi juga sebagai semangat sejati yang dimiliki Islam dalam mempromosikan keadilan dan pemerataan ekonomi melalui mekanisme pengumpulan (Bara & Pradesyah, 2019). Zaka' berasal dari bahasa arab artinya suci, tumbuh, berkembang, dan berkah (Safitri & Suryaningsih, 2022). Adapun secara istilah zakat merupakan sesuatu yang wajib diamalkan dalam rangka membersihkan harta milik pribadi semata-mata atas nama Allah SWT. dan yang menerima zakat tersebut dapat menerima manfaatnya (Suyadi et al., 2022).

Dalam QS Al-Baqarah/2: 43 berbunyi:

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ (٤٣)

Terjemahan:

“Dan dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat, serta rukuklah bersama orang yang rukuk”.

Indonesia mempunyai aturan yang menyusun tentang administrasi zakat, yakni UU No. 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat, dimana peraturan ini merupakan yang terbaru menggantikan UU No. 38 Tahun 1999. Dengan jumlah penduduk sebesar 272,23 juta jiwa, Indonesia sangat terkenal dengan masyarakatnya beragama Islam terbesar di seluruh dunia, atau dapat dikatakan bahwa 86,88% masyarakatnya adalah muslim (Mubarak, 2021). Tinjauan BAZNAS mengenai potensi zakat di Indonesia tepatnya tahun 2021 yaitu menyentuh angka Rp327,6 trilyun, adapun yang terhimpun hanya Rp 71,4 trilyun dengan kata lain dapat dikatakan bahwa realisasi zakat tahun 2021 hanya sekitar 21,7% (Yuniar & Asiati, 2022). Berdasarkan data tersebut terlihat tampaknya ada kesenjangan yang menonjol atau masih ada celah antara ekspektasi dengan realita, mengingat mayoritas masyarakat Indonesia beragama Islam tetapi fakta yang sebenarnya secara nasional zakat yang terhimpun di lembaga zakat sangat jauh dari ekspektasi (Hildawati et al., 2021).

Kabupaten Sidenreng Rappang terkenal dengan lumbung padinya dan dikenal sebagai kota beras. Potensi zakatnya yang berkontribusi besar yaitu berasal dari sektor pertanian dan tanaman pangan. Apabila seluruh umat Islam mempercayakan pada BAZNAS Kab. Sidrap untuk mengeluarkan zakatnya maka berpotensi terkumpul 1.6 triliun dana zakat (Mansur, 2021). Berdasarkan data BAZNAS Kab. Sidrap pada tahun 2021 penerimaan dana zakat sebesar 1,7 miliar rupiah (BAZNAS Kab. Sidrap). Sehingga dapat disimpulkan bahwa ketimpangan antara potensi dan realisasi sebesar 1,5 triliun rupiah atau

sekitar 99,89 persen, adapun yang terealisasi hanya sebesar 0,11 persen. Hal ini membuktikan adanya ketimpangan potensi zakat serta realisasinya yang sangat menonjol di BAZNAS Kab. Sidrap.

Minat merupakan suatu kecenderungan yang datang dari diri sendiri disertai perasaan senang untuk melakukan suatu aktifitas yang mengarah pada pilihannya (Fitriyani & Irkhani, 2022). Adapun indikator minat yaitu motivasi, keinginan hati yang tinggi, dorongan dari dalam individu serta motif sosial (Pertiwi, 2020).

Minat masyarakat yang rendah dalam membayar zakat melalui perantara BAZNAS diakibatkan oleh kurangnya *trust* atau kepercayaan masyarakat terhadap BAZNAS (Wartiani & Multifiah, 2020). *Trust* adalah meyakini perilaku individu atau kelompok lain untuk konsisten terhadap keyakinan mereka. Kepercayaan ini berasal dari pola pikir pembelajaran serta pengalaman. Dalam membangun *trust* diperlukan waktu secara berkala serta terakumulasi (Fitriyani & Irkhani, 2022). *Trust* adalah keinginan individu untuk bertumpu terhadap orang lain dimana terdapat pengharapan terhadap janji yang bisa dipercayakan (Pospos, 2018). Dalam Islam *trust* dikenal sebagai amanah (Ikhwandha, 2018). Seperti yang terdapat pada QS An-Nisa/4: 58. Indikator *trust* yaitu integritas, kompetensi, konsistensi, keterbukaan, dan kesetiaan (Utami et al., 2021).

Fenomena yang terjadi ditengah-tengah masyarakat yaitu masyarakat menginginkan zakatnya disalurkan langsung kepada fakir miskin dibandingkan dengan menyalurkannya lewat perantara BAZNAS, hal ini disebabkan karena masyarakat tidak atau kurang percaya terhadap institusi yang telah ada dalam hal ini adalah BAZNAS (Hildawati et al., 2021). Dan faktanya, sesuai riset kolaborasi BAZNAS dengan bermacam lembaga, sebagian besar muzakki di Indonesia menyalurkan zakat tidaklah lewat BAZNAS (Nasution et al., 2022). Berdasarkan hasil wawancara online dengan pihak BAZNAS Kab. Sidrap bahwa kepercayaan masyarakat terhadap BAZNAS Sidrap masih minim, hal itu dikarenakan usia BAZNAS Sidrap masih terbilang baru yakni 5 tahun (Haris, Wawancara, 2023). Berdasarkan hasil penelitian Amelia Anggita dan Indri Yuliafitr bahwa kepercayaan secara signifikan mempengaruhi niat bayar zakat. Nilai beta kepercayaan yaitu 0.657 dan nilai signifikansi adalah 0.001, berarti kurang dari ketentuan yaitu 0.1 (Anggita & Yuliafitri, 2020).

Pada penelitian ini menggunakan Religiusitas sebagai variabel moderating, karena memberikan pengaruh terhadap perilaku individu dalam pelaksanaan ibadah agama yang dianutnya (Arrosyid & Priyojadmiko, 2022). Tingkat pemahaman dan keyakinan seseorang

dalam menjalankan ajaran agama yang dianut disebut dengan religiusitas (Mandasaria et al., 2023). Religiusitas merupakan kondisi, pengetahuan, serta ketakwaan individu dengan mengamalkan nilai-nilai, norma, dan bertanggung jawab atas perilaku, sikap, serta tindakan yang sejalan dengan perintah agama di kehidupan duniawi (S & Sofyan, 2021). Agama adalah keyakinan yang dipegang secara mendalam yang menyentuh keinginan seseorang, panggilan untuk tunduk dan menawarkan insentif untuk menghubungkan seseorang ke komunitas (Jibu et al., 2022). Adapun indikator religiusitas adalah Keyakinan, Pengalaman, Penghayatan, Pengetahuan, Konsekuensi (Safitri & Suryaningsih, 2022). Berdasarkan penelitian Nanik Setyo Utami, Ahamd Mifdlol Muthohar, dan Musalim Ridlo bahwa religiusitas secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap minat muzakki bayar zakat serta religiusitas tidak memoderasi tingkat pendapatan, kepercayaan, reputasi terhadap minat bayar zakat (Utami et al., 2021).

Berdasarkan penjelasan di atas dengan dukungan fakta-fakta yang ada maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih jauh terkait “Pengaruh *Trust* Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat Pada BAZNAS Kab. Sidrap dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating”.

METODE

Jenis penelitian ini ialah penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei. Penelitian ini dilakukan selama satu bulan di Kec. Tellu Limpoe Kab. Sidenreng Rappang pada tanggal 27 februari 2023 hingga 27 maret 2023. Kecamatan Tellu Limpoe terdiri dari 3 desa dan 6 kelurahan yaitu, Desa Teteaji, Desa Polewali, Desa Teppo, Kel. Amparita, Kel. Arateng, Kel. Toddang Pulu, Kel. Baula, Kel. Masepe, dan Kel. Pajalele. Adapun populasinya yakni masyarakat muslim Kec. Tellu Limpoe Kab. Sidrap tahun 2020 yaitu berjumlah 16.008 jiwa. (Kantor Camat Tellu Limpoe) menggunakan rumus krijchie morgan sehingga diperoleh 375 sampel. Teknik pengambilan sampel yaitu teknik *nonprobability sampling*. kriterianya, (1) Memenuhi kriteria syaratwajib zakat, (2) Masyarakat Muslim Kecamatan Tellu Limpoe, (3) Memiliki Penghasilan Sendiri, dan (4) Bersedia menjadi informan. Kusioner dan dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan dan instrumen penelitian yakni skala Likert dengan rincian 1 (Sangat Tidak Setuju/STS), 2 (Tidak setuju/TS), 3 (Ragu-ragu/Netral), 4 (Setuju/S) dan 5 (Sangat Setuju/SS). Pengolahan data dengan teknik analisis

statistik melalui program komputer SmartPLS 3. SmartPLS 3 merupakan *software* pengolah data untuk SEMPLS.

HASIL

1. Uji *Convergent Validity* dan *Discriminant Validity*

Tabel 1. Hasil *Outer Loading* dan *Cross Loadings*

Variabel	Item Pernyataan	Skor Outer Loading	Item	Trust	Minat	Religiusitas
Trust	X ₁	0.748	X ₁	0.748	0.527	0.398
	X ₂	0.775	X ₂	0.775	0.528	0.347
	X ₃	0.725	X ₃	0.725	0.453	0.348
	X ₄	0.776	X ₄	0.776	0.521	0.308
	X ₅	0.714	X ₅	0.714	0.453	0.262
	X ₆	0.806	X ₆	0.806	0.538	0.330
	X ₇	0.737	X ₇	0.737	0.552	0.356
	X ₈	0.824	X ₈	0.824	0.603	0.401
	X ₉	0.725	X ₉	0.725	0.520	0.285
Minat Membayar	Y ₁	0.743	Y ₁	0.481	0.743	0.496
	Y ₂	0.746	Y ₂	0.562	0.746	0.461
	Y ₄	0.814	Y ₄	0.534	0.814	0.500
	Y ₅	0.768	Y ₅	0.454	0.768	0.444
	Y ₆	0.841	Y ₆	0.587	0.841	0.544
	Y ₇	0.829	Y ₇	0.564	0.829	0.478
	Y ₈	0.801	Y ₈	0.625	0.801	0.475
Religiusitas	Z ₂	0.726	Z ₂	0.338	0.566	0.726
	Z ₃	0.818	Z ₃	0.396	0.507	0.818
	Z ₄	0.763	Z ₄	0.234	0.413	0.763
	Z ₅	0.847	Z ₅	0.422	0.522	0.847
	Z ₆	0.826	Z ₆	0.350	0.463	0.826
	Z ₇	0.833	Z ₇	0.336	0.442	0.833
	Z ₈	0.784	Z ₈	0.363	0.470	0.784
	Z ₉	0.800	Z ₉	0.386	0.530	0.800
Efek Moderasi		1.500		1.500		1.500

Uji validitas dengan *Convergent Validity* dilihat dari nilai *outer loading*, menurut Hair dkk nilai *outer loading* > 0.7 artinya data yang digunakan valid (Gio, 2022). Sedangkan uji validitas dengan *Discriminant Validity* dilihat dari nilai *cross loading*, menurut Ghazali dan Laten setiap item berkorelasi lebih tinggi dengan variabel yang diukurnya maka evaluasi validitas diskriminan terpenuhi (Masrohatin et al., 2022).

Berdasarkan tabel sebelah kiri diatas menunjukkan nilai *outer loading* setiap item terhadap masing-masing konstruk. Berikut penjelasan nilai *outer loading* masing-masing variabel.

- a. Variabel *trust* dari X₁ sampai X₉ menunjukkan nilai *outer loading* > 0.7.
- b. Variabel Minat Membayar dari Y₁ sampai Y₈ menunjukkan nilai *outer loading* > 0.7.
- c. Variabel Religiusitas dari Z₂ sampai Z₉ menunjukkan nilai *outer loading* > 0.7.
- d. Efek moderasi menunjukkan nilai *outer loading* 1.500 > 0.7.

Kemudian tabel sebelah kanan menunjukkan nilai *cross loading*. Dari tabel di atas bahwa seluruh loading item terhadap konstruk lebih besar daripada cross loadingnya. *Trust* menunjukkan seluruh nilai loading item indikatornya > cross loadingnya ke konstruk lainnya. Contohnya item X₁ nilai loadingnya ialah 0.748 > dari cross loadingnya ke konstruk lainnya, yaitu 0.527 ke Y (Minat Membayar), 0.398 ke Z (Religiusitas). Begitupula seluruh item indikator lainnya bahwa nilai loading ke konstruksinya > cross loading ke konstruk lainnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil *outer loading* dan *cross loading* telah menunjukkan memenuhi syarat dan penelitian ini validitasnya telah terpenuhi.

2. Uji Reabilitas

Tabel 2. Cronbachs Alpha dan Composite Reability

	Cronbachs Alpha	Composite Reliability	AVE
<i>Trust</i>	0.908	0.925	0.577
Minat Membayar	0.901	0.922	0.628
Religiusitas	0.920	0.934	0.641
Efek Moderasi	1.000	1.000	1.000

Menurut Ghozali dan Latan, skor *cronbach's alpha* yang baik yaitu > 0.7 (Masrohatin et al., 2022). Menurut Hair, nilai *composite reliability* > 0.7 maka variabel itemnya *reliable*. Menurut Hair, skor AVE variabel > 0.5 artinya *convergent validity* syaratnya telah terpenuhi dengan kata lain konstruk dapat menggambarkan 50% atau lebih variasi itemnya (Niel Ananto et al., 2022).

Berikut ini adalah penjelasan tabel diatas:

- a. Skor *cronbach's alpha Trust* bernilai $0.908 > 0.7$. Variabel Minat Membayar bernilai $0.901 > 0.7$. Variabel Religiusitas bernilai $0.902 > 0.7$. Efek moderasi bernilai $1.000 > 0.7$. Sehingga dinyatakan bahwa dari semua konstruk memperoleh nilai *cronbach's alpha* > 0.7 .
- b. Untuk *composite reliability Trust* bernilai $0.925 > 0.7$. Variabel Minat Membayar bernilai $0.922 > 0.7$. Variabel Religiusitas bernilai $0.934 > 0.7$. Efek moderasi bernilai $1.000 > 0.7$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa konstruk secara keseluruhan bernilai diatas 0.7 .
- c. Adapun nilai AVE masing-masing konstruk yaitu, bernilai diatas 0.5 . variabel *Trust* bernilai $0.577 > 0.5$. Variabel Minat Membayar bernilai $0.628 > 0.5$. Variabel Religiusitas bernilai $0.641 > 0.5$. Efek moderasi bernilai $1.000 > 0.5$. Untuk itu dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel penelitian ini bernilai diatas 0.5 .

Berdasarkan penjelasan di atas menunjukkan bahwa seluruh konstruk telah memenuhi syarat dan lolos uji reabilitas.

3. Uji Model Struktural

Tabel 3. Nilai R-Square

	R Square
MINAT MEMBAYAR	0.594

Menurut Hair, r square dengan nilai 0.75 kuat, 0.50 moderat, 0.25 lemah (Niel Ananto et al., 2022). Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa skor R-square minat membayar yaitu sebesar 0.594 . Berarti 59.4% adalah kontribusi dari variabel *trust*, religiusitas terhadap minat membayar sedangkan 40.6% lainnya yaitu variabel lain dari

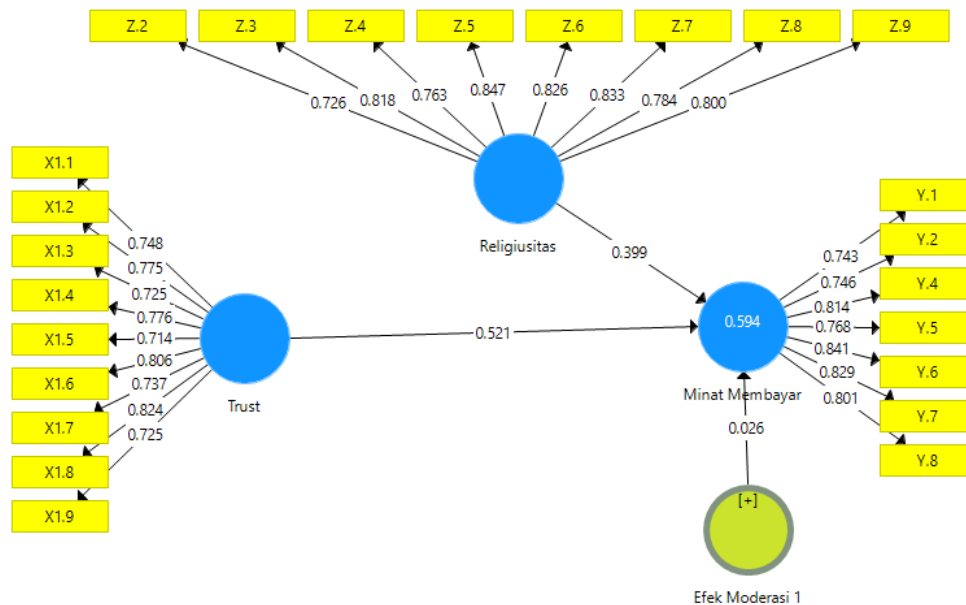
penelitian ini. Adapun keseluruhan variabel x terhadap variabel y pengaruhnya yaitu 59.4% termasuk dalam kategori moderat/sedang menuju kuat.

Tabel 4. Nilai F Square

	Minat Membayar
Trust	0.535
Religiusitas	0.262
Efek Moderasi	0.003

Uji inner model selanjutnya yaitu melihat nilai f-square yaitu untuk mengetahui kebaikan model. F-Square digunakan untuk menilai pengaruh relatif dari suatu varian eksogen terhadap endogen. Menurut Hair, f square 0.02 berarti efek yang kecil, 0.15 efek sedang, 0.35 efek besar. (Niel Ananto et al., 2022). Berikut ini ialah kesimpulan dari tabel diatas:

- Trust* terhadap minat memiliki nilai f-square sebesar 0.535. Sehingga terdapat efek besar dari variabel x terhadap y.
- Variabel religiusitas f-squarenya bernilai 0.262. Sehingga terdapat efek sedang menuju besar.
- Efek moderasi sebesar 0.003 artinya terdapat efek yang kecil.



Gambar 1. Output Pengukuran *Outer Model*

Diagram di atas menjelaskan seluruh uji model pengukuran. Dimana secara keseluruhan item ketiga variabel yakni *trust*, minat membayar, dan religiusitas outer loading bernilai > 0.7 . Artinya lolos uji validitas. Selanjutnya nilai R-Square sebesar 0.594.

4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan setelah *bootstrapping*, alpha yang digunakan sebesar 5% sehingga jika *t statistic* > 1.96 dengan skor *p values* < 0.05 maka disimpulkan hipotesisnya diterima atau terdapat pengaruh signifikan.

Tabel 5. Koefisien Jalur

	Sampel Asli	T Statistic	P Values
<i>Trust</i> > Minat Membayar	0.521	11.501	0.000
Efek Moderasi > Minat Membayar	0.026	0.857	0.392

Berikut ini adalah penjelasan dari tabel diatas:

- a. Pengaruh *Trust* terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat di BAZNAS Kab. Sidrap yaitu 0.521 serta signifikan dari nilai *t statistic* yaitu 11.501 $> 1,96$ kemudian nilai *p values* yaitu 0.000 artinya < 0.05 . Dengan demikian hipotesis diterima.
- b. Pengaruh *Trust* terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat di BAZNAS Kab. Sidrap dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating yaitu 0.026 serta menunjukkan tidak signifikan karena nilai *t statistic* yaitu 0.857 dimana kurang dari ketentuan yaitu 1.96 kemudian nilai *p values* yaitu 0.392 > 0.05 . Maka hipotesis ditolak.

PEMBAHASAN

Penelitian ini menghasilkan bahwa *trust* mempengaruhi minat membayar zakat secara positif serta signifikan. Maka semakin tinggi kepercayaan semakin tinggi pula minat masyarakat bayar zakat di BAZNAS Kab. Sidrap. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat Kab. Sidrap khususnya di kecamatan Tellu Limpoe sangat menyetujui

apabila BAZNAS Kab. Sidrap jujur dalam memberikan informasi kepada muzakki, seperti terbuka dalam berbagai kegiatan atau program yang dijalankan. Hal tersebut dapat meningkatkan minat masyarakat muslim kecamatan Tellu Limpoe untuk menyalurkan zakatnya di BAZNAS. Berdasarkan pengamatan peneliti terkait fenomena pembayaran zakat di kecamatan Tellu Limpoe, masyarakat muslim langsung menyalurkan zakatnya ke mustahik orang terdekat yang termasuk kategori fakir dan miskin tanpa melalui amil zakat, selain itu banyak pula masyarakat muslim membayar zakatnya di guru mengaji atau imam masjid. Kemudian hal ini dikuatkan oleh hasil wawancara dengan pihak BAZNAS Kab. Sidrap bahwa kepercayaan masyarakat muslim kecamatan Tellu Limpoe terhadap BAZNAS sangat rendah, hal ini terjadi karena faktor usia BAZNAS yang tergolong masih baru yakni berusia lima tahun. Sesuai dengan teori *trust* bahwa kepercayaan berasal dari pola pikir pembelajaran serta pengalaman, maka untuk menambah kepercayaan masyarakat muslim terhadap BAZNAS, masyarakat muslim kecamatan Tellu Limpoe harus memulai dari sekarang untuk membayar zakatnya melalui BAZNAS sehingga bisa menilai sendiri bagaimana kinerja BAZNAS. Dengan adanya pengalaman masyarakat muslim berzakat di lembaga amil zakat, maka dapat meningkatkan minat masyarakat berzakat melalui BAZNAS. Teori *trust* juga menjelaskan bahwa kepercayaan berarti adanya keinginan seseorang untuk bersandar terhadap orang lain karena ada janji yang dapat diandalkan. Maka untuk meningkatkan *trust* masyarakat, BAZNAS harus mampu menjaga amanah dan berusaha keras untuk mewujudkan visi misinya. Dengan terwujudnya visi misi BAZNAS secara perlahan akan mempengaruhi kebiasaan masyarakat muslim yang awalnya membayar zakat tanpa melalui amil akhirnya berzakat melalui BAZNAS. Penelitian ini didukung oleh penelitian Amelia Anggita, Indri Yulia yaitu secara signifikan kepercayaan mempengaruhi minat berzakat di lembaga zakat karena dilihat dari nilai beta yaitu 0.657, signifikansi dari uji t yaitu 0.001 yang berarti $< \alpha (0,1)$. Tingginya kepercayaan masyarakat kepada BAZNAS menyebabkan masyarakat juga semakin menunjukkan minatnya dalam menyalurkan zakatnya di BAZNAS. (Niel Ananto et al., 2022).

Selanjutnya penelitian ini menghasilkan tentang religiusitas yang tidak memoderasi *trust* terhadap minat masyarakat berzakat di BAZNAS. Tinggi atau tidaknya keimanan individu, *trust* akan tetap mempengaruhi minat berzakat masyarakat di BAZNAS. Tingkat wawasan agama masyarakat muslim kecamatan Tellu Limpoe Kab. Sidrap tentunya berbeda-beda, namun dari hasil penelitian ini masyarakat muslim kecamatan Tellu Limpoe ternyata sudah banyak yang mengetahui bahwa membayar zakat hukumnya wajib. Dan masyarakat

kecamatan Tellu Limpoe sangat meyakini bahwa harta yang dimiliki terdapat sebagian harta hak fakir miskin. Hanya saja hal itu tidak mempengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap BAZNAS, penelitian ini menghasilkan bahwa religiusitas tidak ada pengaruhnya dengan kepercayaan masyarakat untuk berzakat di BAZNAS. Variabel moderasi dalam hal ini religiusitas merupakan bukan hal yang diperhatikan oleh masyarakat yang ingin membayar zakat, karena yang mereka perhatikan adalah tempat membayar zakatnya, yaitu BAZNAS apakah dapat diandalkan dalam mendistribusikan zakat secara adil dan merata atau tidak. Jadi hal ini sangatlah wajar apabila religiusitas tidak memoderasi *trust* terhadap minat berzakat. Berdasarkan tanggapan responden bahwa rata-rata orang yang membayar zakat mengetahui zakat adalah kewajiban dan untuk percaya terhadap BAZNAS belum tentu atau bukan karena didasari oleh tingkat kepatuhan atau keimanan seseorang dalam menjalankan agama. Akan tetapi karena BAZNAS itu sendiri, dapat diandalkan atau tidak. Dengan demikian disimpulkan bahwa religiusitas benar-benar tidak memoderasi *trust* terhadap minat masyarakat berzakat di BAZNAS. Penelitian ini didukung oleh penelitian Afif Arrosyid, Eko Priyojadmiko bahwa religiusitas sebagai moderating tidak mempengaruhi keputusan muzakki berzakat. Tidak memoderasinya religiusitas disebabkan ketidakmaksimalan masyarakat muslim dalam memperhatikan kajian tentang zakat selain itu juga minimnya perhatian terhadap potensi zakat untuk kesejahteraan umat (Arrosyid & Priyojadmiko, 2022)

KESIMPULAN

Sesuai dengan hasil analisis serta pembahasan sebelumnya maka kesimpulan dari penelitian ini yaitu *trust* secara positif dan signifikan mempengaruhi minat masyarakat membayar zakat pada BAZNAS Kab. Sidrap dan religiusitas tidak memoderasi *trust* terhadap minat masyarakat membayar zakat pada BAZNAS Kab. Sidrap.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggita, A., & Yuliafitri, I. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan Dan Pelayanan Lembaga Amil Zakat Terhadap Minat Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat. *Isei Accounting Review*, 4(1), 8–13.
- Arrosyid, A., & Priyojadmiko, E. (2022). Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Dengan Religiusitas Dan Niat Sebagai Variabel Moderasi Terhadap Keputusan Muzakki Dalam Membayar Zakat Afif. *Quranomic: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 15–37.

- Bara, A., & Pradesyah, R. (2019). Analysis Of The Management Of Productive Zakat At The Muhammadiyah, City Of Medan. *Proceeding International Seminar On Islamic Studies*, 1(1), 617–623. [Http://Jurnal.Umsu.Ac.Id/Index.Php/Insis/Article/View/4196](http://Jurnal.Umsu.Ac.Id/Index.Php/Insis/Article/View/4196)
- Fitriyani, L., & Irkhani, N. (2022). Pengaruh Pengetahuan Zakat, Pendapatan, Kepercayaan, Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Aparatur Sipil Negara (Asn) Membayar Zakat Profesi Melalui Baznas Kabupaten Demak. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 68–88.
- Gio, P. U. (2022). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem) Dengan Software Smartpls*. Uwais Inspirasi Indonesia. [Https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=Tpgieaaaqbaj](https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=Tpgieaaaqbaj)
- Hildawati, Antong, & Ramadhan, A. (2021). Pengaruh Pemahaman , Trust , Dan Transparansi Lembaga Zakat Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat Pada Baznas Kabupaten Luwu. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 21(2), 367–368.
- Ikhwandha, M. F. (2018). *Pengaruh Transparansi, Akuntabilitas, Kepercayaan Afektif Dan Kognitif Terhadap Minat Bayar Zakat Melalui Lembaga Zakat*. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Jibu, F. I., Niswatin, & Boku, Z. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Maal Di Gorontalo. *Jambura Accounting Review*, 3(2), 66–78.
- Mansur, Muhammad Syahrizal. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Muzakki Dalam Membayar Zakat (Studi Kasus Pada Baznas Kabupaten Sidrap)*. Universitas Hasanuddin Makassar.
- Masrohatin, S., Ningrum, H. F., & Indonesia, M. S. (2022). *Manajemen Kinerja Sumberdaya Manusia Pendekatan Islamic Value*. Media Sains Indonesia. [Https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=B5gjeaaaqbaj](https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=B5gjeaaaqbaj)
- Mubarok, W. I. (2021). *Pengaruh Pengetahuan, Pendapatan, Religiositas, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Pada Organisasi Pengelola Zakat*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Nasution, I. W., Kamilah, & Jannah, N. (2022). Humantech Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia. *Humantech Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*, 2(1), 163–173. [Https://Katadata.Co.Id/Berita/2020/01/06/Baru-83-Peserta-Bpjs-Kesehatan-Per-Akhir-2019-](https://Katadata.Co.Id/Berita/2020/01/06/Baru-83-Peserta-Bpjs-Kesehatan-Per-Akhir-2019-)
- Niel Ananto, M. M. M. S., Ronny H. Walean, M. B. A., & Cherry Frame Lumingkewas, M. M. (2022). *Konsep Dan Terapan Analisis Sem -- Pls Dengan Smartpls 3.0 Dilengkapi Dengan Contoh Terapan: (Panduan Penelitian Untuk Dosen Dan Mahasiswa)*. Cv. Mitra Cendekia Media. [Https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=I1wteaaaqbaj](https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=I1wteaaaqbaj)
- Pertiwi, I. S. M. (2020). Pengaruh Tingkat Pendapatan, Literasi Zakat Dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Dalam Membayar Zakat Pada Baznas Provinsi Lampung. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(1), 2–4.
- Pospos, A. F. F. (2018). Pengaruh Tingkat Pendapatan, Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Pengusaha Warung Kopi Membayar Zakat Di Baitul Maal Kota Langsa. *At-Tijaroh: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 4(2), 155–168.
- S, W., & Sofyan, S. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah Indonesia Kcp.Sidrap. *At Tawazun Jurnal Ekonomi Islam*, 1(3), 17–44.

- Safitri, N. D., & Suryaningsih, S. A. (2022). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Lokasi, Dan Pelayanan Terhadap Minat Membayar Zakat. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(3), 189. <https://doi.org/10.26740/Jekobi.V4n3.P188-201>
- Suyadi, N., Museliza, V., & Nurani, R. (2022). The Effect Of Zakat Knowledge And Trust In Baznas Kampar Regency On Muzakki's Interest In Paying Zakat. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 3(3), 1672–1683.
- Utami, N. S., Muthohar, A. M., & Ridlo, M. (2021). Analisis Tingkat Pendapatan, Kepercayaan Dan Reputasi Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating. *Iqtishoduna*, 17(1), 2. <https://doi.org/10.18860/Iq.V17i1.10630>
- Wartiani, E., & Multifiah. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Muzakki Aparatur Sipil Negara (Asn) Dalam Membayar Zakat Profesi Di Baznas Kabupaten Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb*, 8(2), 4.
- Yuniar, V. P., & Asiati, D. I. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Dengan Kepercayaan Dan Pengetahuan Sebagai Variabel Intervening Di Lembaga Amil Zakat Infaq Dan Shadaqahmuhamadiyah (Lazismu) Sumatera Selatan. *Prima Ekonomika*, 13(1), 29.