

KORELASI ZAKAT DENGAN PERILAKU KONSUMEN DAN PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT DI BANYUDONO, PONOROGO

Hanik Mariana

Institut Sunan Giri, Ponorogo
email: mariana_insuri@gmail.com

Abstract

Alms (*zakāh*) has its own social significance, such as bridging the gap between the rich and the poor, disciplining the implementation of obligations and respecting the rights of others, as well as the equitable distribution of wealth to achieve social justice. Today, alms is also viewed from the standpoint of economic empowerment. This study examines the correlation between the implementation of alms and consumer behavior and economic empowerment in Banyudono, Ponorogo. The findings of this study are: *First*, the alms has been well carried out by the residents of Banyudono, Ponorogo (64%). *Second*, consumer behavior in carrying out alms in Banyudono, Ponorogo is good (54%). *Third*, economic empowerment in Banyudono, Ponorogo goes well (96%). *Fourth*, there is a fairly strong correlation between the variables X (alms) and variable Y1 (consumer behavior) among the residents of Banyudono, Ponorogo, with an index of 0.535. *Fifth*, there is a low or weak correlation between alms and Y2 variables (the economic empowerment) in Banyudono community, Ponorogo, with a correlation coefficient of 0.1574.

Abstrak

Zakat memiliki fungsi sosial dalam menjembatani antara yang kaya dan yang miskin di masyarakat, mendidik untuk meningkatkan disiplin, menunaikan kewajiban dan menyerahkan hak orang lain yang ada padanya, dan juga sebagai pemerataan rejeki untuk mencapai keadilan sosial. Dewasa ini, dalam berzakat aspek pemberdayaan ekonomi umat menjadi sebuah pertimbangan utama seseorang dalam melaksanakan ibadah zakat. Dalam konteks itu, penelitian ini akan mengkaji Korelasi antara pelaksanaan Zakat dengan Perilaku Konsumen dan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Banyudono Ponorogo. Temuan penelitian diantaranya: *Pertama*, Pelaksanaan zakat masyarakat Kelurahan Banyudono, Ponorogo dapat dikatakan cukup baik (64%). *Kedua*, Perilaku Konsumen Masyarakat Kelurahan Banyudono Ponorogo dapat dikatakan cukup baik 54%. *Ketiga*, Pemberdayaan ekonomi umat masyarakat Kelurahan Banyudono Ponorogo dapat dikatakan cukup baik (96%). *Kecmpat*, Terdapat korelasi yang cukup kuat antara variabel X (zakat) terhadap variabel Y1 (perilaku konsumen) masyarakat desa Banyudono Ponorogo, dengan angka indeks sebesar 0,535. *Kelima*, Terdapat korelasi yang rendah atau lemah antara zakat terhadap variabel Y2 (pemberdayaan ekonomi umat) masyarakat Kelurahan Banyudono Kota Ponorogo, dengan koefisien korelasi sebesar 0,1574.

Keywords: Zakat, Consumer Behavior, Economic Development.

A. Pendahuluan

Harta yang diperoleh dengan cara yang halal dan barakah bisa membawa kesejahteraan dan kebahagiaan dunia dan akhirat. Jelaslah bahwa setiap manusia mengemban amanat terhadap alam dan memanfaatkan potensinya, namun di sisi lain Islam juga mengatur bagaimana etika dalam kepemilikan harta yang diperoleh. Umat Islam meyakini, bahwa zakat sebagai salah satu rukun iman yang mengandung dua dimensi, yaitu dimensi *ḥabl min Allāh* dan *ḥabl min al-nas*. Zakat menjembatani antara yang kaya dan yang miskin di masyarakat, mendidik untuk meningkatkan disiplin menunaikan kewajiban dan menyerahkan hak orang-orang lain yang ada padanya, dan juga sebagai pemerataan rejeki untuk mencapai keadilan sosial.¹

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

*Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan (maksudnya: zakat itu membersihkan mereka dari kekikiran dan cinta yang berlebih-lebihan kepada harta benda) dan mensucikan (maksudnya: zakat itu menyuburkan sifat-sifat kebaikan dalam hati mereka dan memperkembangkan harta benda mereka). Dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.*²

Zakat meningkatkan *agregat* konsumsi dasar dari para *mustahiq*, secara logis terjadi akibat akomodasi sistem terhadap pelaku pasar yang tidak memiliki kemampuan beli ataupun mereka yang tidak memiliki akses pada ekonomi. Sementara itu dilihat dari sisi *muzakki*, pengenaan zakat akan menurunkan jumlah pendapatan yang digunakan untuk konsumsi barang dan berpengaruh pada tingkat konsumsi itu sendiri. Dampaknya terjadi kenaikan konsumsi kelompok *mustahiq* diakibatkan dari distribusi zakat tersebut, namun kenaikan tingkat konsumsi tersebut dinetralisasi oleh penurunan tingkat konsumsi para *muzakki*.

Ditambah lagi oleh faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, secara tidak langsung mengkondisikan masyarakat (terutama

¹ Sari, E Kartika, *Pengantar Hukum Zakat dan Wakaf* (Jakarta: PT. Grasindo, 2006), 12.

² Al-Qur'an, 9: 103.

para *muzakki*) lebih termotivasi pada tindakan konsumtif semata daripada menyisihkan sebagian hartanya untuk diberikan kepada *mustāḥiq*. Padahal dengan mensyukuri nikmat dan menyisihkan sebagian harta untuk orang lain maka Allah akan menambah kenikmatan karena orang tersebut telah melakukan *istikhlāf*. Yusuf al-Qardhawī, mengemukakan hikmah *istikhlāf* antara lain: 1) Meredam kesombongan dalam memperoleh harta kekayaan, 2) Menumbuhkan kedermawanan karena ketentuan Tuhan sebagai pemilik absolut harta kekayaan, 3) Orang yang menerima harta akan mudah menerima perintah syariat sebagai kompensasi atas kebaikan pemilik mutlaknya, yakni Tuhan, 4) Mewajibkan kepada pemilik harta agar menyisihkan sebagian hartanya, antara lain dalam bentuk zakat sebagai wujud rasa kepedulian kepada orang lain, 5) Siap menerima pengawasan pihak lain, dalam arti apabila pemegang harta tidak cakap, maka hartanya bisa ditahan atau diserahkan kepada orang lain karena urusan utang piutang, 6) Bersedia menerima tuntutan orang-orang yang berhak kepada pemilik harta jika hak itu tidak diserahkan sesuai ketentuan syariat³.

Realita yang terjadi di masyarakat Banyudono sebagai salah satu jantung kota di Ponorogo perlu adanya penelitian. Hal ini secara tidak langsung mengkondisikan bertambah tingginya tingkat konsumsi masyarakat, karena salah satunya dipengaruhi oleh faktor perbedaan letak geografis yang memang strategis. Banyaknya pilihan terhadap pusat-pusat perbelanjaan yang memang mudah dijangkau di samping faktor sosial budaya kehidupan kota, semakin memotivasi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan duniawi daripada kebutuhan ukhrowinya.

Permasalahan tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi *muzakki* sebagai perilaku konsumen, terutama dalam membelanjakan harta pendapatannya sudah sesuaikah antara pemenuhan kebutuhan duniawi dan kebutuhan akhirlatnya. Tidak hanya zakat tapi infak dan sedekah pada bulan muharram yang identik dengan lebarannya anak yatim, sudah menjadi agenda tahunan bagi masyarakat Banyudono. Pelaksanaan santunan kepada kurang lebih 150 anak yatim yang biasa dilaksanakan di Masjid Al-Idris, minimal menggambarkan tingginya kepedulian dan rasa sosial masyarakat setempat terhadap anak yatim dan fakir miskin. Agenda tahunan yang bernuansa sosial, dan berlangsung sejak tahun 2004 tersebut semakin

³ Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, terj. Didin Hafidhuddin, dkk (Jakarta: Rabbani Press, 1997), 47-51.

membuka kesempatan untuk melakukan “*simbiosis mutualisme*” di antara *muzakki* dan *mustāhik*. Hal ini memberikan inspirasi bagi peneliti bahwa perilaku konsumen dan pemberdayaan ekonomi umat menjadi sebuah pertimbangan utama seseorang dalam melaksanakan ibadah zakat, infak dan sedekah yang layak untuk diteliti korelasinya.

Berdasarkan pemikiran tersebut, maka kajian ini bermaksud menelaah tentang Korelasi Zakat Dengan Perilaku Konsumen dan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Kelurahan Banyudono Ponorogo.

B. Konsep Implementasi Zakat

1. Zakat Dan Dasar Pelaksanaannya

Menurut Bahasa (*lughat*), zakat berarti: tumbuh; berkembang; kesuburan atau bertambah (HR. At-Tirmidzi) atau dapat pula berarti membersihkan atau mensucikan. Menurut TM. Hasbi Ash Shidieqy bahwa “zakat menurut bahasa berarti nama yaitu kesuburan, thaharah yaitu kesucian, berkah yaitu keberkahan yang berarti *tazkiyah thathier* yaitu mensucikan.”⁴

2. Peranan Zakat Terhadap Perilaku Konsumen

Manusia apabila telah suci dari sifat kikir dan batil, dan hampir mendekati kesempurnaan sifat Tuhan, karena salah satu sifatNya adalah memberi kebaikan, rahmat, kasih sayang dan kebaikan. Berkata Imam Ar – Razi: “Sesungguhnya jiwa yang berbicara yang dengannya manusia menjadi manusia mempunyai dua kekuatan: berfikir dan berbuat. Kesempurnaan kekuatan berpikir, tergantung pada mengagungkan perintah Allah; dan kesempurnaan kekuatan beramal tergantung pada kasih sayang kepada makhluk Allah. Kemudian Allah mewajibkan zakat agar nilai kesempurnaan ini berada pada jiwa manusia sebagai akibat dari akhlak dermawan dan ruh berbuat kebaikan.”⁵

Sementara itu, pakar ekonomi Islam, Yusuf Qardhawi berpendapat bahwa zakat harta dapat menjadi sumber potensi untuk menghapuskan kemiskinan.⁶ Lebih lanjut Qardhawi menjelaskan, bahwa menurut prinsip Islam, kekayaan harus menyanggah sistem kesejahteraan yang bertumpu pada zakat sebagai bentuk syukur atas segala yang dianugerahkan Tuhan. Diperlukan rekonstruksi dari pola konsumsi menuju pola produktif

⁴ TM. Hasbi Ash Shidieqy, *Pedoman Zakat* (Semarang: PT. Pustaka Rizki putra, 2006), 3

⁵ Tafsir Al-kabir, dalam Yusuf alqardhawiy, 856

⁶ Yusuf Qardhawi, *Kiat Islam Untuk Mengentaskan Kemiskinan* (Jakarta: Gema Insani Pres, 1995), 88.

sama sekali tidak menyalahi pemaknaan terhadap zakat yang bertujuan meningkatkan kemampuan fakir miskin dalam menciptakan pendapatan. Selain itu zakat produktif berfungsi mendidik mental masyarakat agar mampu berusaha mandiri⁷

C. Perilaku Konsumsi

1. Teori Perilaku Konsumen

Dalam membahas teori perilaku konsumen dalam berkonsumsi, diasumsikan bahwa konsumen merupakan sosok cerdas, dalam artian konsumen tersebut mengetahui secara detail tentang pendapatan (*income*) kebutuhan yang ada dalam hidupnya serta pengetahuan terhadap jenis, karakteristik, dan keistimewaan komoditas yang ada. Dengan harapan komoditas yang telah dikonsumsi oleh konsumen dapat mendatangkan tingkat *utility* yang maksimal. Menurut Al-Ghazālī⁸, kesejahteraan (*maṣlahah*) dari suatu masyarakat tergantung kepada pencarian dan pemeliharaan lima tujuan dasar. (1) agama (*ad-din*), (2) hidup atau jiwa (*naṣf*), (3) keluarga atau keturunan (*naṣl*), (4) harta atau kekayaan (*māl*), (5) intelek atau akal (*aql*), ia menitik beratkan sesuai dengan wahyu.

2. Konsep nilai guna (*utility*) dan perilaku konsumen

Dalam syariah, tidak ada larangan untuk melakukan kegiatan ekonomi selama bertujuan untuk kemaslahatan dan kehidupan yang layak, namun segala upaya yang dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut tidak boleh bertentangan dengan pemahaman nilai-nilai syariah. Dalam berkonsumsi seorang muslim bisa memaksimalkan nilai guna (*utility*) yang ingin ia dapatkan dari sebuah komoditas dengan catatan tidak melampaui batas-batas yang telah ditentukan dalam syari'ah. Sistem ekonomi islam tidak secara mutlak menerima konsep *utility* dan *preference* dalam berkonsumsi.

D. Korelasi Peranan Zakat Terhadap Perilaku Konsumen

Zakat merupakan jalinan persekutuan antara yang miskin dengan yang kaya. Melalui zakat persekutuan tersebut diperbaharui setiap tahun, terus menerus. Oleh karena itu, zakat seharusnya dapat mengambil peranan

⁷ Jurnal zakat, Rekonstruksi Zakat Dari Konsumtif Menuju Produktif, Tinjauan ke Tanah Air, sumber <http://rayareza.multiply.com>, (Desember 2013)

⁸ [http://gudangilmu2kita.blogspot.com/Ctrl+click to follow link](http://gudangilmu2kita.blogspot.com/Ctrl+click+to+follow+link) (Mei, 2013), 2-3

signifikan dalam kesejahteraan sosial⁹. Zakat merupakan instrumen religius yang membantu perseorangan dalam masyarakat untuk menolong penduduk miskin yang tidak mampu menolong dirinya sendiri agar kemiskinan dan kesengsaraan hilang dari masyarakat (muslim)¹⁰.

1. Zakat Dan Perilaku Konsumsi

Allah mewajibkan zakat kepada setiap Muslim (laki-laki dan perempuan) atas hartanya yang telah mencapai nisab. Zakat merupakan instrumen dalam mensucikan harta dengan membayar hak orang lain. Selain itu zakat juga merupakan mediator dalam mensucikan diri dan hati dari rasa kikir, pelit, dan cinta harta. Dan zakat juga merupakan instrumen sosial yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan dasar fakir dan miskin.

2. Konsep zakat dalam Islam dan Perilaku konsumen

Dalam teori ekonomi Islam terdapat suatu variabel yaitu *Final Spending* (FS). *Final Spending* merupakan jumlah konsumsi untuk dunia juga untuk akhirat. Dalam hal ini konsumsi yang dimaksud adalah konsumsi baik dalam bentuk makanan maupun bukan berbentuk makanan serta konsumsi yang bertujuan untuk membersihkan harta yaitu zakat.

E. Korelasi Zakat Terhadap Pemberdayaan Ekonomi Umat

Dalam sejarah Islam Lembaga zakat dikenal dengan nama Baitul Māl. Lembaga ini telah ada sejak Khalifah Umar bin Khatab, sebagai institusi yang memobilisir dana dan daya dari umat yang digunakan untuk upaya-upaya pembangunan meningkatkan harkat,derajat dan martabat atau perbaikan perbaikan kualitas hidup kaum *dlu'afa*, *fuqara'* dan *masakin*, dan umat pada umumnya berdasarkan syari'ah.¹¹

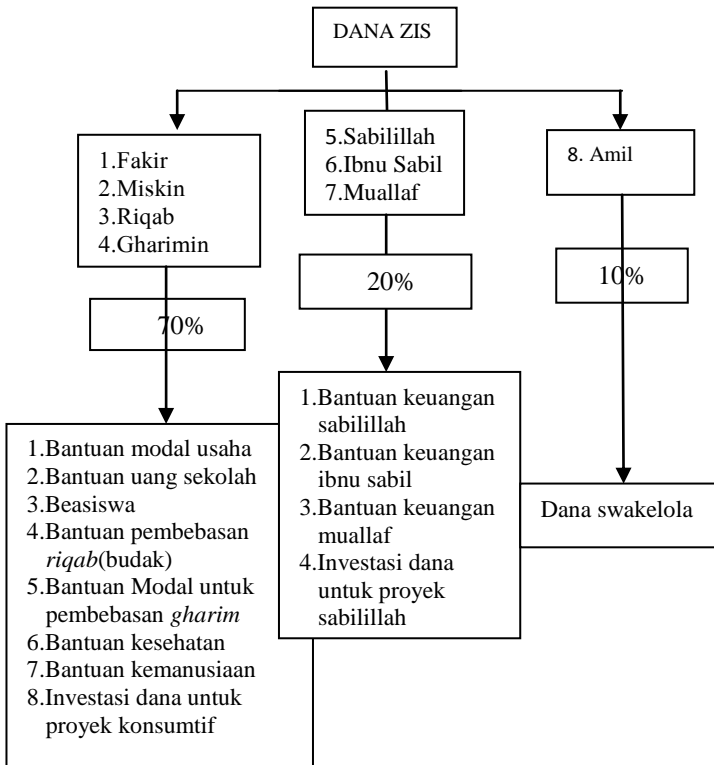
Berikut skema pemanfaatan dana ZIS,¹²

⁹ Faruq an-Nabahan, *Sistem Ekonomi Islam* (Yogyakarta: UII Press, 2000), 111-112

¹⁰ Umrotul Khasanah, *Manajemen Zakat Modern Instrumen Pemberdayaan Ekonomi Umat* (Malang : UIN Maliki Press, 2010), 48.

¹¹ Asnani, *Zakat Produktif Dalam Perspektif Hukum Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar 2008), 23

¹² Umrotul Khasanah, *Manajemen Zakat Modern Instrumen Pemberdayaan Ekonomi Umat* (Malang: UIN Press, 2010), 102.



F. Teknik Analisis

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis statistik. Teknik analisis data untuk menjawab rumusan masalah 1, 2 dan 3 yang digunakan adalah mean dan standart deviasi dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Rumus Mean: } M_x = \frac{\sum fx}{N} \text{ dan } M_y = \frac{\sum fy}{N}$$

Sedangkan teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab pengajuan hipotesis atau rumusan masalah keempat dan kelima adalah teknik korelasi koefisien kontingensi karena menghubungkan dua variabel atau lebih yang berbentuk kategori. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut:¹³

$$C = \sqrt{\frac{X^2}{X^2 + N}} \quad X^2 \text{ dapat diperoleh dari } \sum \frac{(f_o - f_t)^2}{f_t}$$

¹³ *Ibid*, 136.

G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas Instrumen

Adapun cara menghitungnya yaitu dengan menggunakan korelasi product moment dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{[N\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2][N\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2]}}$$

r_{xy} = koefisien korelasi suatu item

X = skor item tertentu

Y = skor total

N = jumlah subyek

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Adapun teknik yang digunakan untuk menganalisis reliabilitas instrumen ini adalah teknik belah dua (Split Halt) yang dianalisis dengan rumus Spearman Brown berikut ini:

$$r1 = \frac{2rb}{1+rb}$$

Di mana:

$r1$ = Reliabilitas internal seluruh instrumen

rb = Korelasi product momen antara

Dari hasil perhitungan reliabilitas pada lampiran dapat diketahui nilai reliabilitas instrumen variabel zakat terhadap pemberdayaan ekonomi umat sebesar 0,374, kemudian dikonsultasikan dengan “r” tabel pada taraf signifikan 5% adalah sebesar 0,273. Karena “r” hitung lebih besar dar “r” tabel, yaitu 0,374 > 0,273 maka instrumen tersebut dapat dikatakan reliabel.

H. Pelaksanaan Zakat Masyarakat Banyudono Ponorogo (Variabel X)

Setelah angket dipastikan sudah terisi semua dengan benar, maka selanjutnya data ditabulasikan dan dilakukan penskoran. Dari pengkategorian tersebut dapat diketahui bahwa nilai zakat masyarakat Kelurahan Banyudono Kota Ponorogo yang termasuk kategori baik dengan frekuensi sebanyak 11 responden (22%), termasuk kategori cukup baik dengan frekuensi sebanyak 32 responden (64%), dan termasuk kategori kurang baik dengan frekuensi sebanyak 7 responden (14%). Dengan demikian, secara umum dapat dikatakan bahwa nilai zakat masyarakat

Kelurahan Banyudono Kota Ponorogo termasuk cukup baik, yaitu dengan frekuensi sebanyak 32 responden (64%).

I. Perilaku konsumen masyarakat Banyudono Ponorogo (Variabel Y1).

Dari hasil penskoran dapat diketahui bahwa skor lebih dari 44 dikategorikan perilaku konsumen masyarakat Kelurahan Banyudono Kota Ponorogo termasuk baik, sedangkan skor kurang dari 37 dikategorikan perilaku konsumen masyarakat Kelurahan Banyudono Kota Ponorogo termasuk kurang baik, dan skor 37 s/d 44 dikategorikan perilaku konsumen masyarakat Kelurahan Desa Banyudono Kota Ponorogo termasuk cukup baik.

J. Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Banyudono Ponorogo (Variabel Y2).

Dapat diketahui bahwa pemberdayaan ekonomi umat masyarakat Desa Banyudono Kabupaten Ponorogo termasuk kategori baik dengan frekuensi sebanyak 1 responden (2%), termasuk kategori cukup baik dengan frekuensi sebanyak 48 responden (96%), dan termasuk kategori kurang baik dengan frekuensi sebanyak 1 responden (2%). Dengan demikian, secara umum dapat dikatakan bahwa pemberdayaan ekonomi umat masyarakat Kelurahan Banyudono Kota Ponorogo termasuk cukup baik, yaitu dengan frekuensi sebanyak 48 responden (96%).

K. Korelasi zakat terhadap perilaku konsumen masyarakat Banyudono Ponorogo

Berdasarkan pada angka indek korelasi hasil penelitian sebesar 0,476785 dan tabel yang disusun oleh JP.Guilford maka hasil penafsirannya adalah: “Terdapat korelasi yang cukup kuat antara variabel X (zakat) terhadap variabel Y1 (perilaku konsumen) masyarakat Kelurahan Banyudono Kota Ponorogo”.

L. Korelasi zakat terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat Banyudono Ponorogo

Berdasarkan pada angka indek korelasi hasil penelitian sebesar 0,157395 (dibulatkan jadi 0,2) dan tabel yang disusun oleh JP.Guilford maka hasil penafsirannya adalah: “Terdapat korelasi yang lemah atau rendah antara variabel X (zakat) dengan variabel Y2 (pemberdayaan

ekonomi masyarakat Kelurahan Banyudono Kota Ponorogo tahun 2013/2014”.

M. Kesimpulan

Dari uraian deskripsi data serta analisis data dalam penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: *Pertama*, Pelaksanaan zakat masyarakat Kelurahan Banyudono Kota Ponorogo dapat dikatakan cukup baik (64%), berdasarkan hasil analisis data tentang nilai zakat dengan rincian 11 responden (22%) dalam kategori baik, 32 responden (64%) dalam kategori cukup baik, dan 7 responden (14%) dalam kategori kurang baik.

Kedua, Perilaku Konsumen Masyarakat Kelurahan Banyudono Kota Ponorogo dapat dikatakan cukup baik 54%, berdasarkan hasil analisis data tentang perilaku konsumen, dengan perincian sebagai berikut: 14 responden (28%) dalam kategori baik, 27 responden (54%) dalam kategori cukup baik, dan 9 responden 18% dalam kategori kurang baik.

Ketiga, Pemberdayaan ekonomi umat masyarakat Kelurahan Banyudono Kota Ponorogo dapat dikatakan cukup baik (96%), berdasarkan analisis data tentang pemberdayaan ekonomi umat, dengan perincian sebagai berikut: dalam kategori baik 1 responden (2%), termasuk kategori cukup baik dengan frekuensi 48 responden (96%), dan termasuk kategori kurang baik dengan frekuensi 1 responden (2%).

Keempat, Terdapat korelasi yang cukup kuat antara variabel X (zakat) terhadap variabel Y1 (perilaku konsumen) masyarakat desa Banyudono Kota Ponorogo” Dengan angka indeks sebesar 0,535. Dengan demikian korelasi hasil penelitian lebih besar dari angka indeks korelasi 0,535 0,273

Kelima, Terdapat korelasi yang rendah atau lemah antara zakat terhadap variabel Y2 (pemberdayaan ekonomi umat) masyarakat Kelurahan Banyudono Kota Ponorogo, Dengan koefisien korelasi sebesar 0,1574,. Dengan demikian angka indeks korelasi hasil penelitian (lebih kecil dari angka indeks korelasi pada tabel terlampir) atau 0,1574 0,273.

Daftar Pustaka

- Asnani, *Zakat Produktif Dalam Perspektif Hukum Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar 2008.
- An-Nababan Faruq, *Sistem Ekonomi Islam*, Yogyakarta: UII Press, 2000.
- Al Qardhawi, Yusuf, *Kiat Islam Untuk Mengentaskan Kemiskinan*, Jakarta: Gema Insani Press, 1995.
- Al Qardhawi, Yusuf, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, terj. Didin Hafidhuddin, dkk, Jakarta: Rabbani Press, 1997.
- Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian suatu pendekatan Praktek*, Jakarta: PT. Rineka Cipta; 1998.
- Ash Shidieqy TM. Hasbi, *Pedoman Zakat*, Semarang: PT. Pustaka Rizki Putra, 2006.
- Azwar Karim Adiwarmanto, *Ekonomi Mikro Islami*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007.
- Chapra, Umer, *Sistem Moneter Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 2000.
- Chapra, Umer, *Islam dan Tantangan Ekonomi*, Surabaya: Risalah Gusti, 1999.
- Departemen Agama RI, *Al Qur'an dan terjemahan*. Semarang: CV. Toha Putra Semarang, 1998.
- Daradjat Zakiah, *Zakat Pembersih Harta dan Jiwa*, Jakarta: YPI Ruhama, 1993.
- Daud Ali Mohammad, *Sistem ekonomi islam zakat dan wakaf*, Jakarta: Universitas Indonesia, 1988.
- Edwin Nasution Mustafa, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2007.
- E Kartika Sari, *Pengantar Hukum zakat dan wakaf*, Jakarta PT. Grasindo, 2006.

F Mas'udi Masdar, *Agama Keadilan, Risalah zakat (Pajak) dalam Islam*, Jakarta, Pustaka Firdaus, 1993.

Fakhrudin, *Fiqh dan Manajemen Zakat di Indonesia*, Malang: UIN-Malang Press, 2008.

Furchan Arif, *Pengantar Penelitian dalam Pendidikan*, Yogyakarta Pustaka Pelajar, 2004.

Ghony M. Djunaidi dan Fauzan Al Mansur, *Petunjuk Praktis Penelitian Pendidikan*, Malang: UIN Malang Press, 2009.

http://elearning.gunadarma.ac.id/doc/modul/manajemen_pemasaran/bab_4/proses_pengambilan_keputusan_dan_perilaku_konsumen.pdf.

[http://gudang_ilmu2kita.blogspot.com/Ctrl+click to follow link](http://gudang_ilmu2kita.blogspot.com/Ctrl+click_to_follow_link) (mei, 2013).

[http://hendrakholid.net/blog/2010/04/06/perilaku-konsumen-dan-teori-konsumsi-dalam-islam/Ctrl+clik to follow link](http://hendrakholid.net/blog/2010/04/06/perilaku-konsumen-dan-teori-konsumsi-dalam-islam/Ctrl+clik_to_follow_link).

<http://id.wikipedia.org/wiki/zakatcite-note-zakat-4> Ctrl+Click to follow link.

Harian Republika, *Zakat dan Sumber Kemiskinan Umat*, sumber <http://www.lazyaumil.org>, akses Desember, 2013.

JP Guilford, *Fundamental Statistik in Psycology and Education*, edisi kedua New York: Me Graw Hill Book CompanY Inc, 1980.

Kasiram Moh, *Metodologi Penelitian kualitatif-Kuantitatif*, Malang: UIN-Maliki Press, 2008.

Khasanah Umrotul, *Manajemen Zakat Modern Instrumen Pemberdayaan Ekonomi Umat*, Malang: UIN Press, 2010.

Mardiyatmo dan Amir Suhadimanto, *Dunia Ekonomi*, Bogor: Ghalia Indonesia Printing, 2007.

Priyatno Duwi, *Mandiri Belajar SPSS*, Yogyakarta: Media Kom, 2008.

Ridwan Hasan, *Pemberdayaan Zakat*, Artikel, sumber: <http://www.pzu.or.id>, di akses 27.11.2012.

- Hadi, Sutrisno, *Metodologi Research I*, Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UGM, 1987.
- Subhi Risya M., *Zakat untuk Pengentasan Kemiskinan*, Jakarta: PP LAZIS NU, 2009..
- Sa'ad Marthon Said, *Ekonomi Islam (Ditengah Krisis Ekonomi Global)*, Jakarta Timur: Penerbit Zikrul Hakim, 2007.
- Sugiyono, *Metode penelitian Pendidikan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- Umar Husein, *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan: Paradigma Positivistik dan Berbasis Pemecahan Masalah*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persda, 2010.
- Khallaf, Abdul Wahab, *Politik Hukum Islam*, Yogyakarta: Tiara Wacana, 1994.
- Wahyuningsih, Retno, *Eksistensi Zakat, Infak, dan Shadaqah dalam perekonomian umat, dalam Jurnal Al-Ahkam Ilmu Syari'ah STAIN Surakarta*, Surakarta: STAIN Surakarta, 2004.
- Widyaningrum, Retno, *Statistik Edisi Revisi*, Ponorogo: STAIN Ponorogo Press.

