

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut Badan Pusat Statistik (2024) Indonesia memiliki jumlah penduduk sebanyak 279,4 juta jiwa pada tahun 2024. Tingginya jumlah penduduk ini menjadi salah satu tantangan dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Faktor-faktor seperti tingkat pendidikan yang rendah, keterbatasan lapangan kerja, dan akses yang tidak merata menyebabkan ketimpangan sosial dan kemiskinan. Di tahun 2024 ini, penduduk miskin di Indonesia sekitar 25,2 juta jiwa. Disisi lain, mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim.

Menurut Bariyan dan Oneng Nurul (2012) dengan mayoritas penduduknya yang muslim yaitu di sekitar 245 juta jiwa atau 87% dari keseluruhan populasi, ini dapat dioptimalkan dalam permasalahan kemiskinan di Indonesia. Pengoptimalisasian yang dimaksud adalah dengan membayar zakat. Masalah pengangguran dan pemerataan ekonomi juga dapat diatasi dengan pengoptimalisasian zakat (Aflah et al., 2006).

Term zakat merupakan pembahasan yang sangat penting belakangan ini, karena orientasi zakat dibangun untuk menumbuhkan rasa persaudaraan dan cinta pada sesama. Tujuan zakat selain mempererat rasa solidaritas juga mampu menyeterilkan dari kotornya harta yang dimiliki. Zakat merupakan ibadah maliyah yang mempunyai dimensi dan fungsi sosial ekonomi yang tinggi terhadap karunia Allah. Selain itu, zakat juga memiliki nilai solidaritas

sosial, pernyataan rasa kemanusiaan dan keadilan, pembuktian persaudaraan Islam. Zakat sebagai rukun Islam ketiga yang diwajibkan di Madinah pada bulan Syawal tahun kedua Hijriyah pasca puasa ramadhan karena zakat dalam prinsip rasul adalah salah satu solusi yang cukup rasional untuk menghindari dari keterpurukan ekonomi masyarakat di Arab waktu itu (Suaidi, 2019).

Di tengah perkembangan teknologi dan perubahan sosial yang pesat, pengelolaan zakat, infak, dan shadaqah (ZIS) menjadi semakin penting dalam menjawab tantangan kesejahteraan umat Islam dan masyarakat luas. Zakat bukan hanya tentang kewajiban agama, tetapi juga merupakan instrumen yang potensial untuk mengurangi ketimpangan sosial dan ekonomi dalam masyarakat. Karena itu, manajemen ZIS tidak hanya berkaitan dengan pengumpulan dan distribusi dana, tetapi juga memiliki dampak yang lebih luas dalam membangun kesejahteraan sosial dan ekonomi (Prakoso et al., 2023).

Menurut Zainul Arifin (2000), untuk ketertiban dalam menghimpun dan menyalurkan dana zakat diperlukan sebuah lembaga yang dapat di nilai mampu mengelola dana tersebut secara efektif, sehingga dapat lebih mudah disalurkan baik untuk keperluan konsumtif maupun sebagai modal usaha produktif bagi para penerima zakat. Berdasarkan pandangan ini, tidak mengherankan jika di Indonesia terdapat berbagai lembaga zakat, seperti Lembaga Amil Zakat (LAZ) dan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), yang dalam pengelolaanya tidak hanya menghimpun dana zakat, tetapi juga mengelola dana infak begitu juga dengan sedekah.

Melalui peran lembaga-lembaga ini, harta yang terkumpul akan disalurkan kepada orang-orang yang berhak menerimanya, baik untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari maupun meningkatkan kapasitas ekonomi mereka. Dengan adanya penyaluran zakat yang tepat dan pengelolaan ekonomi Islam yang baik, perekonomian di Indonesia diharapkan dapat tumbuh, terlihat dari peningkatan pertumbuhan ekonomi dan pendapatan perkapita masyarakat secara bertahap maupun signifikan.

Pengetahuan zakat dalam bentuk digitalisasi dirasa perlu terus ditingkatkan untuk menarik motivasi muzaki dalam membayar zakat. Dalam konteks ini, literasi digital menjadi kunci bagi masyarakat untuk memahami dan mengakses informasi terkait zakat, mulai dari jenis zakat, tata cara pembayaran, hingga pemanfaatan platform digital untuk menunaikannya (Novianto, 2007).

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, manajemen zakat berbasis digital menjadi solusi inovatif untuk mengatasi tantangan tersebut. Platform digital memungkinkan pengelolaan zakat yang lebih modern, mulai dari proses pengumpulan, pengelolaan, hingga distribusi dana zakat. Dengan memanfaatkan teknologi seperti aplikasi mobile, sistem pembayaran online, dan *blockchain*, lembaga zakat dapat meningkatkan akuntabilitas, efisiensi, dan kemudahan akses bagi muzaki dan mustahik.

Manajemen zakat berbasis digital juga dapat menjangkau generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi, sehingga potensi penghimpunan zakat meningkat. Digitalisasi memberikan kemudahan bagi muzaki untuk

menunaikan kewajibannya kapan saja dan di mana saja. Selain itu, digitalisasi mendukung inklusi keuangan di kalangan masyarakat yang sebelumnya sulit mengakses layanan zakat secara langsung (Baznas, 2022).

Dengan pemahaman zakat melalui digital ini, mereka dapat mengevaluasi opsi-opsi pembayaran digital zakat yang aman, efisien, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Pembayaran zakat secara *online* atau *digital payment* memberikan kemudahan bagi muzaki tanpa harus melalui proses yang rumit. Melalui kerja sama dengan aplikasi digital, pembayaran zakat menjadi lebih cepat, aman, dan relevan dengan gaya hidup masyarakat modern, terutama generasi muda yang akrab dengan teknologi (Hudaefi et al., 2020).

Transformasi digital dalam manajemen zakat sejalan dengan tren global digitalisasi keuangan yang terus berkembang pesat. Dalam konteks ekonomi Islam, inovasi ini menjadi salah satu langkah strategis untuk mengoptimalkan fungsi zakat sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi dan pengentasan kemiskinan. Dengan demikian, manajemen zakat berbasis digital menjadi elemen kunci dalam mewujudkan sistem pengelolaan zakat yang lebih modern dan efektif (Word Bank Group 2020).

Manajemen zakat berbasis digital merujuk pada penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dalam proses pengumpulan, pengelolaan, dan pendistribusian zakat. Manajemen zakat berbasis digital adalah pemanfaatan teknologi digital, seperti aplikasi, website, dan platform pembayaran online, untuk mengelola zakat agar lebih transparan, mudah diakses, dan dapat

dipertanggungjawabkan (Alawi, 2019). Manajemen zakat berbasis digital melibatkan integrasi teknologi dalam proses penghimpunan dan penyaluran zakat, dengan tujuan untuk mempermudah aksesibilitas bagi muzaki dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga zakat (Rahmawati & Alamsyah, 2020).

Sebagaimana yang dilakukan oleh Lembaga Amil Zakat Persatuan Islam (LAZ PERSIS) merupakan lembaga pengelola dana zakat, infak, dan sedekah nasional yang berkhidmat untuk meningkatkan kesejahteraan umat dalam bidang pendidikan, dakwah, sosial, ekonomi, dan kesehatan yang terus melakukan perkembangan pengelolaan zakat berbasis digital salah satunya dalam web bernama *Laz Persis*.

LAZ Persis didirikan pada tahun 2001 dan didukung oleh amil zakat kompeten, profesional, dan amanah. LAZ Persis didirikan berdasarkan SK Menteri Agama RI No. 552 Tahun 2001, SK Kementerian Agama RI No. 865 Tahun 2016, dan SK Kementerian Agama RI No. 425 Tahun 2022 serta didukung oleh tenaga amil zakat profesional. LAZ PERSIS mencanangkan visi “Terwujudnya lembaga yang bermanfaat melalui kolaborasi untuk masyarakat yang berdaya” guna kesejahteraan umat di berbagai wilayah.

Adapun program dari LAZ Persis itu sendiri terdiri dari delapan program yang merupakan program penghimpunan dan penyaluran zakat, infak, maupun shodaqoh yang mana dikelola dengan pemanfaatan digital secara berkesinambungan. Bisa terlihat dari keaktifan web dan media sosialnya.

Dengan program-program yang realistis-pragmatis, dan dengan pengelolaan terbuka berdasarkan tujuan dan hasil yang ditangani oleh orang-orang yang percaya, berilmu, berakhlak, dan berketerampilan manajemen yang bagus, maka *Insyallah* proyek zakat akan semakin sukses sesuai dengan harapan kita semua. Dan inilah yang menjadi cita cita besar dari LAZ Persis ini.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana manajemen zakat berbasis digital yang dilakukan di LAZ Persis ?
2. Seberapa besar pengaruh manajemen zakat berbasis digital terhadap minat masyarakat menjadi donatur di LAZ Persis ?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan pada penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui manajemen zakat berbasis digital yang dilakukan di LAZ Persis.
2. Untuk mengukur pengaruh antara manajemen zakat berbasis digital terhadap minat masyarakat menjadi donatur di LAZ Persis.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen zakat, khususnya dalam konteks penggunaan teknologi digital.

Penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi donatur zakat, serta bagaimana manajemen zakat berbasis digital dapat mempengaruhi keputusan tersebut. Dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan manajemen zakat berbasis digital.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian dapat digunakan oleh LAZ Persis dan lembaga amil zakat lainnya untuk merumuskan strategi pemasaran dan pengelolaan zakat yang lebih efektif.

Dengan memahami pengaruh manajemen zakat berbasis digital, lembaga dapat meningkatkan upaya untuk menarik minat masyarakat menjadi donatur. Serta dalam meningkatkan layanan dan fasilitas yang ditawarkan kepada donatur, sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas donatur.

E. Kerangka Pemikiran

Peneliti untuk menghindari kesamaan penelitian, maka peneliti menyematkan hasil dari beberapa penelitian terdahulu sebagai salah satu referensi peneliti saat melakukan penelitian, sehingga peneliti dapat memperkaya teori yang digunakan untuk keperluan penelitian yang dilakukan. Beberapa sumber yang relevan dengan penelitian ini, antara lain :

Tabel 1.1 Hasil Penelitian Sebelumnya

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Perbedaan	Hasil
1	Purwanti (2020)	Pengaruh Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Motivasi Muzakki Pada Baznas Provinsi Kalimantan Timur	Terletak pada variabel x nya dan tempat objek penelitian	Variabel promosi berpengaruh negatif terhadap motivasi muzakki. Sedangkan kepercayaan berpengaruh positif.
2	Ceriah Rukmana, Lya Reinita, Nikmah Toyiba, Fajri Hidayat, Maya Panorama (2023)	Pengaruh <i>Digital Payment</i> Terhadap Minat Masyarakat Dalam Membayar Zakat	Terletak pada variabel x serta terdapat perbedaan dari tempat objek penelitian	Pembayaran digital berpengaruh secara positif terhadap minat muzakki dalam membayar zakat
3	Vivi Farhonah (2022)	Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Zakat, Dan Pendapatan Muzakki, Serta Inovasi Amil Terhadap Motivasi Muzakki Dalam Membayar Zakat Di Upz	Terletak pada variabel x serta perbedaan tempat pada objek penelitian	Pengaruh religiusitas, pengetahuan dan inovasi berpengaruh positif terhadap motivasi muzakki. Sedangkan variabel pendapatan berpengaruh

		Kementerian Agama Kabupaten Tasikmalaya		negatif terhadap motivasi muzakki
4	M. Ikhwanussofa (2022)	Pengaruh Pendapatan, Edukasi Dan Religiusitas Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Profesi Di Baznas Kota Tangerang	Terdapat perbedaan pada variabel x serta perbedaan tempat dalam objek penelitian	Masing-masing variabel x berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki dalam membayar zakat profesi di baznas kota tanggerang
5	Yusriza, 2024	Analisis Pengaruh Literasi Digital, Budaya, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Muzakki Membayar ZIS Melalui Platform Digital di Provinsi Aceh	Perbedaan pada variabel x_2 dan x_3 serta tempat objek penelitian	Secara parsial ada dua variabel yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan muzaki membayar ZIS melalui platform digital yaitu literasi digital dan budaya, sedangkan variabel persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan muzaki membayar ZIS melalui platform digital.

(Sumber: Hasil Olahan Peneliti: 2025, Januari)

Beberapa penelitian terdahulu telah meneliti faktor-faktor yang memengaruhi motivasi dan minat muzaki dalam membayar zakat. Purwanti (2020) menemukan bahwa promosi memiliki pengaruh negatif, sedangkan kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap motivasi muzaki di BAZNAS Provinsi Kalimantan Timur. Sementara itu, penelitian Rukmana, Reinita, Toyiba, Hidayat, dan Panorama (2023) menunjukkan bahwa sistem pembayaran digital berpengaruh positif terhadap minat masyarakat membayar zakat. Farhonah (2022) juga menemukan bahwa keyakinan, pengetahuan zakat, dan inovasi amal berpengaruh positif terhadap motivasi muzaki, sedangkan pendapatan berpengaruh negatif.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Ikhwanussofa (2022) menyimpulkan bahwa pendapatan, pendidikan, dan agama berpengaruh positif signifikan terhadap minat muzaki dalam membayar zakat profesi di BAZNAS Kota Tangerang. Sementara itu, Yusriza (2024) meneliti pengaruh literasi digital, budaya dan persepsi risiko terhadap keputusan muzaki membayar ZIS melalui platform digital di Provinsi Aceh dan menemukan bahwa literasi digital dan budaya memiliki pengaruh positif dan signifikan, sedangkan persepsi risiko tidak memiliki pengaruh signifikan.

Penyusunan juga bermaksud untuk menyesuaikan antara judul dengan pembahasan proposal. Sehingga tidak ada interpretasi lain dalam menafsirkan judul dan maksud dari penelitian proposal. Sesuai dengan judul “Pengaruh Manajemen Zakat Berbasis Digital Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Donatur”.

Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian yang dilakukan dengan cara adaptif untuk mencapai tujuan organisasi. Ia menekankan pentingnya manajer dalam membuat keputusan yang efektif dan membangun hubungan yang baik dengan karyawan untuk meningkatkan kinerja organisasi (Daft, 2015).

Manajemen merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien (Robbins & Coulter, 2018). Menurut Robbins dan Coulter (2018), manajemen mencakup empat fungsi utama, yaitu:

- 1) Perencanaan, menentukan tujuan dan merumuskan strategi untuk mencapainya.
- 2) Pengorganisasian, mengatur sumber daya dan tugas untuk mencapai tujuan.
- 3) Pengarahan, memimpin dan memotivasi anggota organisasi untuk bekerja menuju tujuan.
- 4) Pengendalian, memantau dan mengevaluasi kemajuan untuk memastikan bahwa tujuan tercapai.

Zakat menurut Ali Jaber (2020) adalah kewajiban yang harus dipenuhi oleh setiap Muslim yang mampu, sebagai bentuk kepedulian sosial dan pengabdian kepada Allah. Zakat berfungsi untuk membersihkan harta dan jiwa, serta membantu mereka yang membutuhkan. Menurutnya, zakat bukan hanya sekadar kewajiban, tetapi juga merupakan sarana untuk mendekatkan diri kepada Allah dan meningkatkan solidaritas sosial.

Manajemen zakat merupakan proses pengelolaan zakat yang meliputi pengumpulan, distribusi, dan pelaporan zakat. Manajemen zakat yang baik dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga amil zakat dan mendorong partisipasi masyarakat dalam berzakat. Dalam konteks ini, manajemen zakat yang efektif tidak hanya berfokus pada aspek pengumpulan, tetapi juga pada transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan dana zakat (Zainal, 2015).

Menurut Ali (2010), manajemen zakat yang baik harus memenuhi prinsip-prinsip transparansi, akuntabilitas, dan efisiensi, diantaranya :

- 1) Pengumpulan zakat yaitu proses mengumpulkan zakat dari para muzakki (pembayar zakat) dengan cara yang sesuai dengan syariah.
- 2) Pengelolaan zakat yaitu mengelola dana zakat yang telah terkumpul agar dapat digunakan secara optimal untuk membantu yang membutuhkan.
- 3) Distribusi zakat yaitu menyalurkan zakat kepada mustahik (penerima zakat) dengan cara yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan mereka.

Syafi'i Antonio (2001) menjelaskan bahwa manajemen zakat adalah suatu sistem yang mengatur pengumpulan, pengelolaan, dan distribusi zakat dengan tujuan untuk mencapai keadilan sosial dan kesejahteraan umat. Ia menekankan bahwa manajemen zakat yang baik harus berbasis pada prinsip-prinsip syariah dan harus mampu menjawab tantangan zaman, termasuk penggunaan teknologi informasi.

Digitalisasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam pengelolaan zakat. Penggunaan teknologi digital dalam manajemen zakat dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas pengumpulan zakat. Platform digital memungkinkan lembaga amil zakat untuk menjangkau lebih banyak donatur, mempermudah proses donasi, serta memberikan informasi yang lebih transparan kepada masyarakat mengenai penggunaan dana zakat (Mardani., et al, 2020).

Manajemen zakat berbasis digital adalah proses pengelolaan zakat yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk mempermudah penghimpunan, pendistribusian, dan pelaporan zakat secara efisien, transparan, dan akuntabel. Sistem ini dirancang untuk memberikan akses yang lebih luas kepada muzakki dan meningkatkan efektivitas dalam menyalurkan zakat kepada mustahik.

Manajemen zakat berbasis digital merujuk pada penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dalam proses pengumpulan, pengelolaan, dan pendistribusian zakat. Manajemen zakat berbasis digital adalah pemanfaatan teknologi digital, seperti aplikasi, website, dan platform pembayaran online, untuk mengelola zakat agar lebih transparan, mudah diakses, dan dapat dipertanggungjawabkan (Alawi, 2019).

Manajemen zakat berbasis digital melibatkan integrasi teknologi dalam proses penghimpunan dan penyaluran zakat, dengan tujuan untuk mempermudah aksesibilitas bagi muzakki dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga zakat (Rahmawati & Alamsyah, 2020).

Manajemen zakat berbasis digital juga dapat menjangkau generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi, sehingga potensi penghimpunan zakat meningkat. Digitalisasi memberikan kemudahan bagi muzakki untuk menunaikan kewajibannya kapan saja dan di mana saja. Selain itu, digitalisasi mendukung inklusi keuangan di kalangan masyarakat yang sebelumnya sulit mengakses layanan zakat secara langsung. (Baznas, 2022).

Pembayaran zakat secara *online* atau *digital payment* memberikan kemudahan bagi muzaki untuk menunaikan zakat kapan saja dan di mana saja, tanpa harus melalui proses yang rumit. Melalui kerja sama dengan *platform fintech, e-commerce*, dan aplikasi digital lainnya, pembayaran zakat menjadi lebih cepat, aman, dan relevan dengan gaya hidup masyarakat modern, terutama generasi muda yang akrab dengan teknologi (Hudaefi et al., 2020).

Pengaruh manajemen zakat berbasis digital terhadap minat masyarakat menjadi donatur dapat dijelaskan melalui beberapa aspek :

- 1) Kemudahan Akses

Teknologi digital, seperti aplikasi mobile dan sistem pembayaran online, memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk menunaikan zakat kapan saja dan di mana saja. Hal ini menghilangkan hambatan geografis dan administratif yang sering ditemui dalam sistem pengelolaan zakat konvensional (Karim, 2019).

- 2) Transparansi dan Akuntabilitas

Pelaporan real-time dan fitur monitoring dana melalui platform digital

memberikan jaminan kepada masyarakat bahwa dana zakat dikelola secara profesional dan sesuai dengan prinsip syariah. Hal ini meningkatkan rasa percaya masyarakat terhadap lembaga pengelola zakat (Ahmad, 2020).

3) Inovasi Layanan

Teknologi digital memungkinkan penerapan fitur inovatif seperti notifikasi otomatis, pengingat waktu pembayaran zakat, dan gamifikasi yang membuat proses menyalurkan zakat lebih menarik. Inovasi ini dapat meningkatkan minat masyarakat, terutama generasi muda, untuk menjadi donatur (Wahid, 2021).

4) Efisiensi Pengelolaan

Dengan sistem digital, lembaga zakat dapat mengurangi biaya operasional, sehingga dana yang terhimpun lebih banyak dialokasikan kepada mustahik. Efisiensi ini memberikan kepuasan kepada donatur atas manfaat yang dihasilkan dari kontribusi mereka (Baznas, 2022).

5) Peningkatan Partisipasi

Digitalisasi memberikan ruang bagi masyarakat yang sebelumnya sulit terjangkau untuk berkontribusi. Sistem ini mendukung inklusi keuangan dan memperluas basis donatur melalui media sosial dan platform digital lainnya (World Bank Group, 2020).

Berdasarkan hal tersebut, kemudahan akses, transparansi, dan inovasi layanan yang ditawarkan oleh manajemen zakat berbasis digital secara langsung memengaruhi minat masyarakat untuk menjadi donatur. Teknologi ini tidak hanya memenuhi kebutuhan praktis masyarakat tetapi juga membangun hubungan emosional melalui kepercayaan dan kepuasan.

Minat masyarakat untuk menjadi donatur dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kemudahan akses, kepercayaan terhadap lembaga pengelola zakat, dan transparansi dalam pengelolaan dana. Penyediaan fasilitas digital yang mempermudah pembayaran zakat bagi muzakki dapat meningkatkan minat masyarakat dalam berzakat (Maryunia et al., 2024).

Minat masyarakat untuk berpartisipasi sebagai donatur dipengaruhi juga oleh kepercayaan terhadap lembaga amil zakat, kemudahan dalam proses donasi, dan transparansi penggunaan dana. Teori perilaku terencana menjelaskan bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan, seperti berdonasi, dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku. Dalam konteks ini, manajemen zakat berbasis digital dapat mempengaruhi sikap masyarakat terhadap zakat dan meningkatkan minat mereka untuk berkontribusi (Ajzen, 1991).

Penerapan zakat digital tidak hanya mempengaruhi minat individu untuk menjadi donatur, tetapi juga memiliki dampak luas terhadap pengentasan kemiskinan. Zakat digital memungkinkan donatur untuk memilih program yang ingin mereka sumbangkan, sehingga meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam pengentasan kemiskinan (Farid et al., 2023).

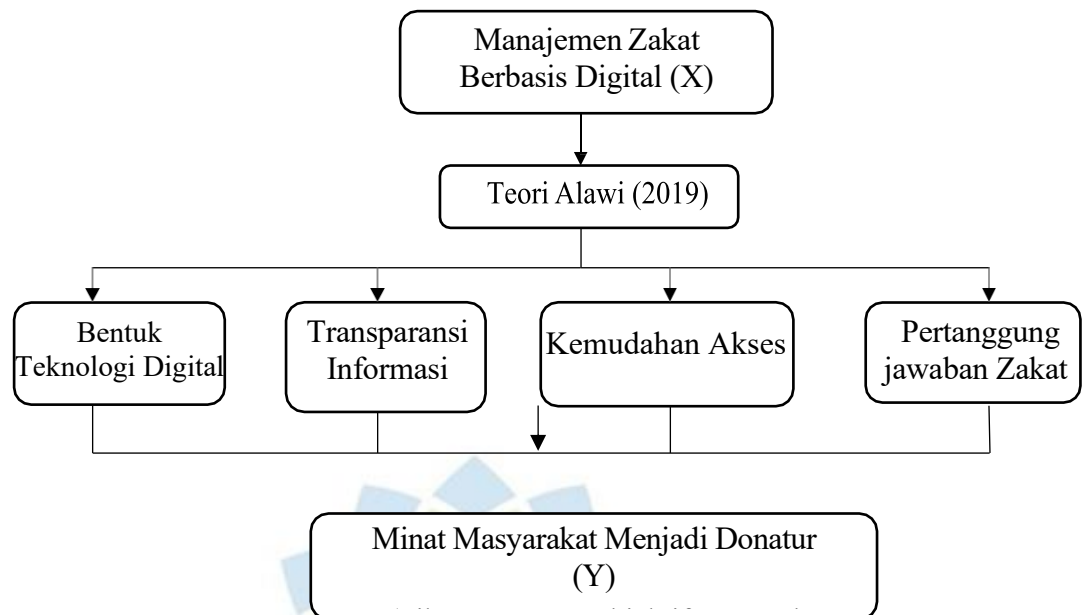
Kerangka pemikiran ini bertujuan untuk menggambarkan hubungan antara variabel yang akan diteliti, yakni manajemen zakat berbasis digital dan minat masyarakat menjadi donatur, serta bagaimana kedua variabel tersebut berinteraksi di dalam konteks Lembaga Amil Zakat Persatuan Islam (LAZ Persis).

Manajemen zakat berbasis digital merujuk pada penggunaan teknologi informasi dan platform digital untuk mempermudah dan mempercepat proses pengumpulan dan distribusi zakat. Ini meliputi situs web, aplikasi mobile, pembayaran digital, dan sistem informasi yang mempermudah komunikasi antara lembaga zakat dan masyarakat, untuk mengelola zakat agar lebih transparan, mudah diakses, dan dapat dipertanggungjawabkan (Alawi, 2019).

Minat masyarakat untuk menjadi donatur dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kemudahan akses, kepercayaan terhadap lembaga pengelola zakat, dan transparansi dalam pengelolaan dana. Penyediaan fasilitas digital yang mempermudah pembayaran zakat bagi muzakki dapat meningkatkan minat masyarakat dalam berzakat (Maryunia et al., 2024).

Minat masyarakat menjadi donatur diukur dengan seberapa besar keinginan dan keputusan individu untuk memberikan zakat kepada lembaga zakat melalui platform digital. Minat ini berkaitan dengan sikap positif terhadap pengelolaan zakat secara digital dan pengaruhnya terhadap keputusan untuk berdonasi. Berikut adalah hubungan antara kedua variabel tersebut :

- 1) Kemudahan akses dan penggunaan, manajemen zakat berbasis digital yang mudah diakses dan digunakan akan meningkatkan kenyamanan masyarakat dalam berzakat, yang berujung pada meningkatnya minat untuk menjadi donatur.
- 2) Transparansi dan kepercayaan, sistem digital yang transparan, memberikan informasi yang jelas tentang pengelolaan zakat, serta proses distribusi yang mudah dipantau oleh donatur, dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi donator.
- 3) Efisiensi distribusi zakat, jika manajemen zakat berbasis digital menjanjikan efisiensi dalam distribusi zakat kepada yang membutuhkan, hal ini dapat memperkuat minat masyarakat untuk berpartisipasi dalam program zakat tersebut.
- 4) Faktor inovasi layanan, seiring dengan peningkatan inovasi terhadap sistem digital secara umum, masyarakat lebih cenderung untuk berdonasi melalui platform digital.

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

(Sumber: Hasil Olahan Peneliti: 2025, Januari)

Kerangka konseptual pada penelitian ini menggambarkan hubungan antara Manajemen Zakat Berbasis Digital (X) sebagai variabel independen dan Minat Masyarakat Menjadi Donatur (Y) sebagai variabel dependen. Variabel X terdiri dari empat indikator utama yaitu Bentuk Teknologi yang Digunakan, Transparansi Informasi, Kemudahan Akses, serta Pertanggung Jawaban Zakat. Keempat indikator tersebut mencerminkan aspek-aspek penting dari digitalisasi pengelolaan zakat yang diyakini dapat mempengaruhi tingkat partisipasi masyarakat sebagai donator dari sikap, norma subjektif, serta kontrol perilaku. Konsep ini berpijak pada asumsi bahwa penerapan teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi, kepercayaan publik, dan daya tarik layanan zakat (Rahman & Saad, 2019).

Secara teoritis, kerangka ini mengindikasikan bahwa semakin optimal penerapan manajemen zakat berbasis digital dalam hal aksesibilitas,

transparansi, keamanan, dan inovasi, maka minat masyarakat untuk membayar zakat atau berdonasi melalui platform digital akan meningkat. Hal ini sejalan dengan temuan sebelumnya yang menunjukkan bahwa digitalisasi layanan keuangan syariah, termasuk zakat, dapat meningkatkan kepercayaan dan kemudahan dalam bertransaksi, sehingga mendorong keterlibatan masyarakat secara aktif (Yusoff et al., 2018).

F. Hipotesis

Hipotesis merupakan sebuah dugaan awal atau pernyataan sementara tentang hubungan antara variabel-variabel yang ada dalam penelitian, yang perlu dibuktikan melalui data empiris. Hipotesis harus dirumuskan dengan dasar teori yang kuat, sehingga dapat diuji secara ilmiah. (Sugiyono, 2016).

Disebutkan sementara, karena hasil yang diberikan baru berdasarkan fakta-fakta empiris yang didapat dengan melalui pengumpulan data. Jadi, hipotesis juga dapat dituangkan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban empiris.

Berdasarkan deskripsi teori hasil penelitian yang relevan dan kerangka berpikir diatas, dapat diambil kesimpulan hipotesis sementara sebagai berikut:

H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara manajemen zakat berbasis digital terhadap minat masyarakat menjadi donatur.

H_1 = Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara manajemen zakat berbasis digital terhadap minat masyarakat menjadi donatur.

G. Langkah-langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian penulis dilakukan di Lembaga Amil Zakat Persatuan Islam (LAZ PERSIS), tepatnya di Jl. Perintis Kemerdekaan No. 2-4, Babakan Ciamis, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat 40117. Rekam jejak digital berupa keaktifan website dan media sosial yang baik menunjukkan bukti keseriusan lembaga dalam hal pengelolaan zakat berbasis digital. Untuk itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap minat masyarakat menjadi donatur, terutama dalam hal manajemen zakat berbasis digital.

2. Paradigma dan Pendekatan

Paradigma yang digunakan dalam penelitian kuantitatif adalah positivisme. Paradigma positivisme yaitu suatu pandangan bahwa realitas bersifat objektif, tetap, dan dapat diukur. Paradigma ini memandang bahwa pengetahuan yang valid diperoleh melalui observasi dan pengukuran yang sistematis terhadap fenomena yang dapat diuji secara empiris. Dalam paradigma ini, peneliti bersifat netral, terpisah dari objek penelitian, dan bertujuan untuk menemukan hubungan sebab-akibat antar variabel (Sugiyono, 2021).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian kuantitatif adalah deduktif. Pendekatan ini dimulai dari teori atau kerangka berpikir umum yang telah ada, kemudian diturunkan menjadi hipotesis yang akan diuji secara empiris. Peneliti merumuskan variabel-variabel,

membuat instrumen penelitian (biasanya berupa angket atau kuesioner), mengumpulkan data, lalu menganalisisnya dengan teknik statistik (Neuman, 2014).

3. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian survei. Metode survei merupakan salah satu bentuk pendekatan dalam penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mengumpulkan data dari sekelompok responden guna memperoleh informasi tentang karakteristik, opini, sikap, atau perilaku mereka terhadap suatu fenomena tertentu. Tujuan utama dari penelitian survei adalah untuk menggambarkan kondisi atau hubungan antar variabel secara sistematis dan objektif, berdasarkan data yang dikumpulkan dari sampel representatif (Sugiyono, 2021).

Dalam pelaksanaannya, metode survei biasanya menggunakan instrumen seperti angket/kuesioner yang disusun secara tertutup maupun terbuka. Teknik pengumpulan data bisa dilakukan secara langsung (tatap muka), maupun tidak langsung seperti melalui media daring (online). Survei memungkinkan peneliti memperoleh data dalam jumlah besar dari responden yang tersebar luas secara geografis dalam waktu yang relatif singkat (Creswell, 2014).

4. Jenis Data dan Sumber Data

a) Jenis Data

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Adapun jenis data yang dipakai adalah data kuantitatif (*numeric*) atau angka yang diperoleh dengan metode statistik serta dilakukan pada penelitian inferensial atau dalam rangka pengujian hipotesis sehingga diperoleh hubungan variabel yang diteliti itu signifikan atau tidak signifikan.

Data numerikal adalah kelompok data yang menggambarkan kuantitas yang didapatkan melalui proses pengukuran. Dengan demikian kelompok data ini dapat diukur secara kuantitatif sehingga kelompok data ini dapat menerima operasi matematik (Sugiyono, 2021).

b) Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Data primer dalam penelitian ini merupakan hasil dari penyebaran kuesioner pada donatur LAZ Persis.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa riset kepustakaan yang berasal dari dokumen LAZ Persis, buku-buku, jurnal-jurnal dan beberapa *website* dan media sosial yang relevan dengan penelitian ini.

5. Operasional Variabel

Tabel 1.2 Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
Manajemen Zakat Berbasis Digital (X)	Manajemen zakat berbasis digital adalah pemanfaatan teknologi digital, seperti aplikasi, website, platform pembayaran online, untuk mengelola zakat agar lebih transparan, mudah diakses, dan dapat dipertanggungjawabkan (Alawi, 2019).	1. Bentuk teknologi digital yang digunakan	a. Penggunaan aplikasi mobile untuk pembayaran zakat. b. Ketersediaan website resmi dengan fitur pengelolaan zakat. c. Pemanfaatan platform pembayaran digital (e-wallet, QR code, transfer bank online). d. Integrasi teknologi blockchain untuk mencatat transaksi zakat. e. Penggunaan media sosial untuk edukasi dan promosi zakat	Likert
		2. Transparansi pengelolaan zakat	a. Publikasi laporan keuangan zakat secara rutin melalui	

		platform digital. b. Informasi alokasi dana zakat yang tersedia secara rinci dan real-time. c. Ketersediaan fitur pelacakan transaksi zakat hingga ke penerima manfaat. d. Sistem audit digital yang dapat diakses oleh publik. e. Penggunaan teknologi untuk menampilkan data distribusi zakat (misalnya peta penerima manfaat).	
		3. Kemudahan akses informasi zakat	a. Antarmuka aplikasi atau website yang mudah digunakan. b. Ketersediaan informasi edukatif terkait jenis-jenis zakat dan cara

			menghitung zakat. c. Fitur pencarian penerima zakat yang mudah diakses. d. Ketersediaan layanan bantuan atau FAQ secara online. e. Kemampuan platform untuk diakses dari berbagai perangkat (komputer, tablet, ponsel).	
		4. Pertanggung jawaban zakat	a. Penyediaan laporan penerimaan dan penyaluran zakat secara transparan melalui platform digital. b. Fitur pemberitahuan atau notifikasi kepada muzaki terkait status donasi mereka. c. Ketersediaan laporan tahunan yang dapat	

			diunduh oleh muzaki. d. Penggunaan teknologi untuk memastikan bahwa penerima zakat memenuhi kriteria yang sesuai (misalnya, verifikasi data penerima). e. Adanya mekanisme umpan balik dari muzaki atau masyarakat terhadap pengelolaan zakat.	
Minat Masyarakat Menjadi Donatur (Y)	Teori perilaku terencana menjelaskan bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan, seperti berdonasi, dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku. (Ajzen, 1991).	1. Sikap	a. Keyakinan bahwa berdonasi memberikan dampak positif (misalnya membantu orang lain atau mendukung tujuan sosial). b. Kepuasan pribadi yang diperoleh dari berdonasi. c. Persepsi manfaat berdonasi	Likert

			terhadap penerima.	
			d. Penilaian terhadap pentingnya berdonasi secara pribadi.	
		2. Norma Subjektif	a. Persepsi tentang harapan orang-orang penting (keluarga, teman, tokoh masyarakat) terhadap perilaku berdonasi. b. Tingkat tekanan sosial untuk berdonasi. c. Kepatuhan terhadap norma sosial atau budaya terkait berdonasi. d. Pengaruh pendapat orang lain terhadap keputusan untuk berdonasi.	
		3. Kontrol Perilaku yang Dirasakan	a. Keyakinan bahwa berdonasi adalah tindakan yang dapat dilakukan (misalnya	

			karena ketersediaan dana). b. Persepsi terhadap kemudahan atau kesulitan berdonasi (misalnya prosedur atau akses). c. Keyakinan akan kemampuan untuk mengatasi hambatan dalam berdonasi (seperti ketidakpastian finansial). d. Persepsi atas dukungan yang tersedia untuk membantu seseorang berdonasi (misalnya platform donasi yang mudah diakses).	
--	--	--	---	--

(Sumber: Hasil Olahan Peneliti: 2025, Januari)

6. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2021).

Pada penelitian ini penulis memilih populasi para donatur LAZ Persis. Informasi spesifik mengenai jumlah muzaki di LAZ Persis untuk tahun 2024 berdasarkan data terkini yang dipublikasikan di situs resmi LAZ Persis, jumlah muzaki pada tahun 2024 sebanyak 8.315 muzaki. Maka dari itu, populasi dalam penelitian ini adalah muzaki yang menyetorkan zakatnya di LAZ Persis pada tahun 2024 yang berjumlah 8.315 orang (Laz Persis, 2024).

Bagian atau jumlah yang lebih sedikit dari populasi yang memiliki karakteristik yang sama dinamakan sampel. Teknik sampling dalam penelitian adalah metode yang digunakan untuk memilih sebagian dari populasi sebagai sampel guna mendapatkan data yang akan mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan. Dengan teknik sampling, peneliti dapat mengambil sejumlah kecil data untuk dianalisis tanpa harus melibatkan seluruh populasi (Sugiyono, 2021).

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *simple random sampling*, menurut Sugiyono (2021), *simple random sampling* dikatakan sederhana karena setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih secara acak.

Metode atau teknik tersebut menggunakan rumus *Slovin* sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Di mana:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = tingkat pemahaman sampel, ditetapkan 10%

Dengan demikian, sesuai dengan rumus Slovin di atas maka perhitungan dan nilai sampel yang didapat adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{8.315}{1 + 8.315 (10\%^2)}$$

$$n = 98,78$$

Dari perhitungan dan rumus di atas, maka telah diketahui dari populasi 8.315 diperoleh ukuran sampel sebesar 98,78 dan dibulatkan menjadi 100 sampel penelitian.

7. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperlancarkan penelitian yang akan diteliti, peneliti langsung kepada objek yang akan diteliti guna memperoleh data primer dan sekunder yang valid dan terperinci dengan menggunakan beberapa instrumen sebagai berikut.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini akan menggunakan kuesioner atau angket. Angket terdiri dari satu atau beberapa pertanyaan yang diajukan kepada responden sebagai objek penelitian. Untuk mendukung penelitian ini, peneliti akan membagikan angket kepada para muzaki di LAZ Persis sebagai responden. Jumlah angket yang akan dibagikan telah ditentukan dengan menerapkan teknik *simple random sampling* yang telah dihitung sebelumnya.

Pengukuran dalam kuesioner ini menggunakan skala *Likert*, yang dirancang untuk menilai tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap pernyataan yang diberikan. Tipe data yang digunakan adalah skala interval, yang memiliki nilai klasifikasi, urutan berurutan, serta jarak tetap, sehingga perbedaan antara dua nilai memiliki makna tertentu (Fauzi, 2009).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan lima poin berikut.

1 : Sangat Tidak Setuju (STS)

2 : Tidak Setuju (TS)

3 : Kurang Setuju (KS)

4 : Setuju (S)

5 : Sangat Setuju (SS)

8. Validitas dan Reliabilitas

a. Validitas

Untuk mendukung analisis regresi dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji kevalidan kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Apabila semua butir kuesioner valid, maka semua butir kuesioner dapat digunakan dan sebaliknya apabila terdapat butir yang tidak valid, maka butir tersebut tidak dapat digunakan atau data yang akan dihasilkan akan lemah.

b. Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Tujuan dari uji reabilitas adalah untuk menilai kestabilan ukuran dan konsistensi responden dalam menjawab kuesioner, sehingga saat diberikan berulang akan mendapatkan hasil yang konsisten (Sugiyono, 2021).

Untuk menguji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Statistical Package for the Social Sciences*, sehingga data akan lebih cepat diketahui dan disimpulkan apakah instrumen penelitiannya valid atau tidak dan reliabel atau tidak setelah data primer sudah didapatkan oleh peneliti.

9. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah metode dalam memproses data menjadi sebuah informasi, di mana saat kita melakukan sebuah penelitian, kita perlu melakukan analisis data agar data tersebut bisa dengan mudah dipahami. Metode analisis data juga diperlukan agar kita bisa mendapatkan solusi atas permasalahan penelitian yang tengah dikerjakan (Nevada, 2021).

Berdasarkan hipotesis yang akan diujikan maka peneliti bermaksud untuk menggunakan analisis data kuantitatif (statistik) *inferensial* parameteris, statistik ini digunakan untuk menguji parameter populasi melalui data sampel. Selain itu, data yang digunakan dalam penelitian ini berupa interval atau rasio. Sehingga dalam pengujian hipotesis menggunakan teknik statistik korelasi *pearson product moment*, koefisien determinasi dan analisis regresi sederhana.