

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Direktur Pemberdayaan Zakat dan Wakaf Kementerian Agama Republik Indonesia, Tarmizi Tohor, sebagaimana dikutip dari Efi Syarifudin (2021) mencatat bahwa seiring dengan meningkatnya jumlah kelas menengah Muslim di Indonesia, maka potensi penghimpunan Zakat, Infaq, dan Sedekah (ZIS) mengalami peningkatan yang signifikan. Tarmizi menambahkan bahwa peran strategis Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) dalam mengelola potensi ini sangatlah penting. Hal ini tentu menjadi peluang besar dalam penguatan sektor keagamaan dan kesejahteraan sosial di Indonesia. Disamping itu, menurut Tarmizi, pertumbuhan kelas menengah Muslim tidak hanya memperkuat daya beli masyarakat, tetapi juga meningkatkan kesadaran dan kemampuan untuk berkontribusi dalam bentuk filantropi Islam.¹

Berdasarkan data terkini, Indonesia menempati urutan kedua dengan populasi muslim terbesar, mencapai lebih dari 230 juta jiwa atau sekitar 12% dari total populasi dunia. Dari jumlah tersebut, sekitar 87% penduduk Indonesia beragama Islam.² Berdasarkan estimasi ini, potensi penghimpunan ZIS di Indonesia sampai pada angka 327 T rupiah setiap tahunnya. Hal tersebut diketahui dalam sebuah laporan yang dimuat oleh PUSKAS BAZNAS (2020), bahwa potensi zakat terbesar terdapat pada sektor zakat individu non-ASN, dengan mencapai 129,8 T, kemudian zakat badan perusahaan dengan mencapai 99,99 T, disusul dengan zakat tabungan dan deposito yang mencapai 58,76 T, zakat pertanian dengan 19,79 T, zakat perternakan dengan 9, 51 T serta terakhir zakat ASN dengan 9, 15 T. ³

¹ Efi Syarifudin, *Digitalisasi Sedekah: Peluang dan Tantangan Lembaga Zakat* (Denpasar: Visi Intelegensi, 2021), 1–114.

² Badan Pusat Statistik Indonesia, *Statistik Indonesia 2024*, vol. 52 (Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2024), 125.

³ BAZNAS, "Implementasi Indeks Pembangunan Zakatnomics 2021," *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, Vol. 6 (2021): 45–46.



Sumber: Indeks Pembangunan Zakatnomics 2021

Gambar 1.1
Potensi Zakat Negara Indonesia 2021

Dari data tersebut diketahui bahwa Indonesia mempunyai potensi zakat yang sangat besar, dan seharusnya hal ini bisa menjadi kekuatan nyata dalam mengurangi kesenjangan ekonomi dan menanggulangi kemiskinan. Mengingat mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, dana zakat yang bisa dihimpun setiap tahunnya diperkirakan mencapai ratusan triliun rupiah. Bila potensi ini dikelola secara maksimal dan profesional, zakat dapat menjadi aspek nyata dalam membangun kesejahteraan, terutama dalam mendukung program-program pemberdayaan ekonomi dan mendorong kelompok rentan agar bisa hidup lebih mandiri dan terbebas dari jerat kemiskinan.⁴

Akan tetapi, CEO Rumah Zakat Nur Effendi, sebagaimana dikutip dari Indria Fitri Afiyana, menyebutkan; meskipun potensi ZIS di Indonesia diperkirakan mencapai Rp217 T, realisasi zakat yang berhasil dihimpun masih sekitar 4% dari angka tersebut.⁵ Sedangkan menurut Efi Syarifudin dalam buku Digitalisasi Sedekah (2021), berdasarkan hasil data riset yang dilakukan oleh BAZNAS, IPB, KNEKS, Kemenag RI, dan Bank Indonesia menunjukkan

⁴ Clarashinta Canggih, Khusnul Fikriyah, And Ach. Yasin, "Potensi Dan Realisasi Dana Zakat Indonesia," *Al-Uqud: Journal Of Islamic Economics* 1, No. 1 (2017): 14, <https://doi.org/10.26740/jie>: 14-26.

⁵ Indria Fitri Afiyana Et Al., "Tantangan Pengelolaan Dana Zakat Di Indonesia Dan Literasi Zakat," *Akuntabel* 16, No. 2 (2019): 222-229.

bahwa pada tahun 2020 terdapat penghimpunan zakat sebesar Rp 61,2 triliun yang tidak disalurkan melalui Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) resmi. Angka ini mencerminkan besarnya potensi zakat yang beredar di masyarakat, namun tidak tercatat dalam Laporan Zakat Nasional (LPN).⁶

Fenomena ini mencerminkan adanya tantangan dalam membangun kepercayaan terhadap lembaga zakat resmi, termasuk BAZNAS. Rendahnya minat muzaki untuk berzakat melalui BAZNAS dapat disebabkan oleh persepsi bahwa penyaluran langsung memberikan rasa kepastian lebih tinggi bahwa zakat benar-benar sampai kepada penerima yang berhak. Oleh karena itu, untuk meningkatkan minat muzaki, BAZNAS perlu memperkuat strategi transparansi, meningkatkan kualitas pelayanan, serta membangun komunikasi publik yang efektif agar muzaki merasa aman, percaya, dan termotivasi untuk menunaikan zakat melalui lembaga resmi.

Hal ini juga didukung oleh sebuah penelitian dari Wasilat Rahmaniyyah yang menemukan bahwa salah satu alasan utama mengapa pengumpulan zakat di Indonesia belum optimal adalah karena belum cukup banyak orang yang diikutsertakan dalam sistem zakat. Rendahnya partisipasi ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti kurangnya pemahaman atau edukasi tentang kewajiban zakat, terbatasnya akses ke lembaga pengelola zakat, serta masih adanya keraguan masyarakat terhadap transparansi dan akuntabilitas lembaga-lembaga zakat yang ada.⁷ Oleh karena itu, dalam meningkatkan penerimaan zakat, diperlukan upaya menyeluruh seperti memperluas edukasi masyarakat, meningkatkan aksesibilitas melalui teknologi, dan memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga dengan memastikan transparansi dan inovasi dalam pengelolaannya.

⁶ Efi Syarifudin, *Digitalisasi Sedekah: Peluang dan Tantangan Lembaga Zakat* (Denpasar: Visi Intelegensi, 2021), 1–114.

⁷ Wasilatur Rohmaniyyah, "Optimalisasi Zakat Digital Melalui Penguatan Ekosistem Zakat Di Indonesia," *Al-Huquq: Journal Of Indonesian Islamic Economic Law* 3, No. 2 (2022): 32–46, <https://doi.org/10.19105/Alhuquq.V3i2.5743>.

Dalam rangka mengelola dana zakat secara profesional dan terstruktur, pemerintah Indonesia telah menunjuk badan resmi yang disebut Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). Badan ini bertanggung jawab untuk mengelola dana ini secara profesional dan terorganisasi. Sebagai satu-satunya lembaga negara yang memiliki otoritas penuh dalam pengelolaan zakat, BAZNAS berperan penting dalam menghimpun dana umat dan menyalurkannya kepada mereka yang benar-benar membutuhkan di berbagai wilayah Indonesia. Melalui kehadiran BAZNAS, diharapkan pengelolaan zakat dapat berjalan lebih transparan, amanah, dan tepat sasaran.⁸

Kemudian untuk memperkuat sinergi dalam pengelolaan zakat, pemerintah Indonesia memberikan perhatian serius melalui regulasi yang lebih kuat dan terarah. Hal ini diwujudkan dengan diberlakukannya UU No 23 tahun 2011 mengenai pengelolaan ZIS, yang merevisi aturan sebelumnya (UU No. 38 tahun 1999). UU tersebut menjadi landasan penting atas dasar terbentuknya BAZNAS di tingkat provinsi dan kabupaten/kota, seperti halnya tertuang pada Pasal 15 Ayat (1) yang menyebutkan bahwa pembentukan BAZNAS daerah bertujuan untuk memastikan pengelolaan zakat berjalan lebih terstruktur, transparan, dan akuntabel.⁹

Dari periode setiap tahunnya, BAZNAS dan lembaga zakat lain yang ada di Jawa Barat terus berupaya untuk mengoptimalkan potensi zakat yang ada, hal tersebut sebagaimana usaha yang telah dilakukannya melalui berbagai inisiatif seperti kampanye edukasi zakat, penguatan sistem akuntabilitas, serta penerapan teknologi untuk mempermudah pembayaran zakat. Dari laporan dan temuan yang dimuat oleh pengurus BAZNAS KBB, Wakil Ketua I Bidang Pengumpulan dan Penghimpunan, M. Abdul Fatahudin menyatakan bahwa potensi ZIS Kabupaten Bandung Barat ini sebenarnya cukup besar, diperkirakan mencapai

⁸ Afiful Ichwan, "Pengaruh Digital Literacy Dan Teknologi Acceptance Model Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zis (Zakat, Infaq Dan Shodaqoh) Melalui Fintech Go-Pay Pada Baznas," *Tesis*, 2020, 1-114.

⁹ Hasani Ahmad Said, "Jalan Panjang Legislasi Syariat Zakat Di Indonesia: Studi Terhadap Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat," *Jurnal Bimas Islam* 7 (2014): 409-604, <https://Repository.Uinjkt.Ac.Id/Dspace/Handle/123456789/43254>.

sekitar Rp500 miliar per tahun. Namun, realitanya, masih jauh dari target maksimal. Hal ini sesuai dengan kinerja penghimpunan dana zakat oleh BAZNAS KBB tahun ini yang diperkirakan hanya mencapai sekitar 10,15% dari target maksimalnya.¹⁰ Berikut merupakan tabel yang menunjukkan penghimpunan dana zakat di Kabupaten Bandung Barat:

Tabel 1.1
Pengumpulan ZIS di Kabupaten Bandung Barat 2024

No	Jenis Dana	Jumlah Pengumpulan	Keterangan
1	Zakat Mall	Rp 5.373.292.312,00	on balance sheet
2	Zakat Fitrah	Rp 44.552.950.032,00	off balance sheet
3	Infak/Sedekah	Rp 544.540.116,00	on balance sheet
4	Fidyah	Rp 7.860.000,00	on balance sheet
5	Dana Sosial	Rp 270.522.000,00	on balance sheet
Total		Rp 50.749.164.460,00	

Sumber: BAZNAS KBB

BAZNAS Kabupaten Bandung Barat, dalam peranannya sebagai lembaga resmi amil zakat di wilayah tersebut, memiliki tanggung jawab besar untuk mengoptimalkan potensi Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) yang tersedia. Namun, meskipun potensi ZIS di Kabupaten Bandung Barat cukup tinggi, kenyataannya tingkat partisipasi atau minat muzaki untuk menyalurkan zakatnya melalui BAZNAS masih tergolong rendah. Kondisi ini menjadi tantangan tersendiri bagi BAZNAS, karena selain harus memastikan tata kelola yang transparan dan akuntabel, lembaga ini juga perlu melakukan strategi efektif untuk meningkatkan literasi zakat, membangun kepercayaan publik, dan memperkuat kualitas pelayanan, sehingga minat muzaki dalam menyalurkan zakatnya melalui BAZNAS dapat meningkat. Oleh karena itu BAZNAS, sebagai lembaga resmi pengelola zakat di Indonesia, selalu di hadapkan dengan tantangan dalam

¹⁰ BAZNAS Kabupaten Bandung Barat, Laporan Keuangan Semester 1 dan Semester 2 Tahun 2024: 1-13.

upaya mengoptimalkan penghimpunan zakat, terutama di tingkat daerah seperti di Kabupaten Bandung Barat (KBB).

Menurut Bambang Sudibyo sebagaimana ditutur dalam laporan PUSKAS BAZNAS (2017), bahwa masih terdapat beberapa masalah yang menghambat efektivitas pengumpulan zakat di Indonesia. Salah satu tantangan utamanya adalah rendahnya kesadaran di kalangan muzakki tentang kewajiban berzakat. Selain itu, masyarakat belum sepenuhnya percaya kepada BAZNAS, sehingga mereka sering memberikan zakatnya langsung kepada mereka yang membutuhkan, yang disebut mustahik, alih-alih melalui lembaga resmi. Padahal, memberikan zakat melalui lembaga yang tepercaya akan membantu memastikan bahwa zakat tersebut ditangani dengan benar dan sampai kepada orang yang benar-benar membutuhkan.¹¹

Selain itu, penggalan sumber zakat selama ini masih cenderung berfokus pada jenis zakat tertentu, dimanan sebagian besar penghimpunan zakat masih bergantung pada sektor konvensional, seperti zakat penghasilan dan zakat perdagangan, sementara potensi dari sector lain, seperti zakat perusahaan, zakat pertanian, zakat profesi, dan zakat saham, masih belum sepenuhnya dimanfaatkan. Hal ini disebabkan oleh kurangnya literasi zakat di kalangan masyarakat, minimnya regulasi yang mendorong pengelolaan zakat dari berbagai sektor, serta keterbatasan inovasi dalam sistem penghimpunan.¹²

Menurut Noor Achmad, sebagaimana tercantum dalam Renstra BAZNAS (2020-2025), salah satu penyebab terjadinya ketimpangan antara potensi zakat dengan jumlah riil yang terhimpun adalah karena masyarakat belum begitu sadar akan kewajibannya untuk membayar zakat. Minimnya kesadaran ini menyebabkan pemahaman yang kurang tentang apa itu zakat, baik secara mendasar maupun mendalam. Minimnya pengetahuan tentang lembaga

¹¹ Divisi Riset dan Kajian, Pusat Kajian Strategis BAZNAS, "Dampak Pendayagunaan Zakat BAZNAS terhadap Kesejahteraan Mustahik di Indonesia" (Jakarta: Puskas BAZNAS, 2017): 20.

¹² Heru Sulisty, Budi Cahyono, And Sri Aniek, "Efektivitas Pengelolaan Zakat, Infaq Dan Shadaqah (Zis) Bazda Untuk Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Di Jawa Tengah- Heru Sulisty, Budhi Cahyono, Sri Aniek 47," *Litbang Provinsi Jawa Tengah* 14, No. 1 (2016): 47-70.

zakat resmi juga menjadi permasalahan yang perlu mendapat perhatian serius dari Organisasi Pengelola Zakat (OPZ).¹³ Pendapat ini senada dengan yang disampaikan oleh M. Abdul Fatahudin, Wakil Ketua I Bidang Penghimpunan, saat proses observasi berlangsung. Ia mengatakan masih banyak tantangan yang menyebabkan penghimpunan zakat belum berjalan sebagaimana mestinya. Salah satu kendala utamanya adalah rendahnya kesadaran para muzakki untuk menyalurkan zakat melalui lembaga resmi.

Kemudian beberapa penelitian terdahulu, seperti dalam penelitian Lukman Nurhakim dan Surya Budimansyah (2024) yang menyatakan bahwa kesenjangan informasi dan minimnya sosialisasi mengenai zakat masih jadi faktor penyebab dalam kurangnya optimalisasi penghimpunan ZIS di Indonesia. Banyak umat Islam belum menunaikan kewajiban berzakat karena kurang memahami hukum dan manfaat dari zakat itu sendiri. Rendahnya tingkat sosialisasi menyebabkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya zakat masih terbatas. Selain itu, kurangnya inovasi dalam metode penyaluran dan pengelolaan zakat turut menjadi alasan sebagian orang enggan menunaikan kewajiban tersebut.¹⁴

Dewasa ini, tingkat transparansi dan kepercayaan publik terhadap pengumpulan dana ZIS di BAZNAS Kabupaten Bandung Barat mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Hal ini tercermin dari naik turunnya jumlah sumbangan yang diterima, yang dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti persepsi masyarakat terhadap akuntabilitas lembaga, efektivitas distribusi dana, serta kondisi ekonomi yang berdampak pada kemampuan muzakki dalam berzakat. Dinamika ini mengindikasikan bahwa pengelolaan dana ZIS yang baik dan sistematis sangatlah penting agar masyarakat tetap yakin akan kredibilitas lembaga dalam menyalurkan dana secara amanah dan efektif.

¹³ Badan Amil Zakat Nasional Republik Indonesia, "Rencana Strategis Badan Amil Zakat Nasional 2020–2025", (Jakarta: BAZNAS RI, 2021): 14.

¹⁴ Lukman Nurhakim And Surya Budimansyah, "Kajian Pustaka Tentang Kontribusi Zakat Dalam Mengatasi Kemiskinan Di Kalangan Umat Islam Modern," *Jicc: Jurnal Intelek Insan Cendekia* 1, No. September (2024): 79–93.

Dalam penelitian yang dikaji oleh Faridatun Najiyah (2022) menyatakan bahwa transparansi sering kali menjadi faktor utama yang menyebabkan kesenjangan antara potensi zakat dan realisasi pengumpulannya. Ketika lembaga pengelola zakat tidak bisa menunjukkan tata kelola yang terakuntabel dengan baik dari segi pelaporan, pengelolaan keuangan, maupun efektivitas program penyaluran, maka masyarakat akan mulai meragukan integritas lembaga tersebut.¹⁵

Selain menuntut adanya transparansi, masyarakat juga merasa khawatir dengan kualitas layanan BAZNAS. Saat ini, masih banyak lembaga zakat yang belum memberikan layanan terbaik kepada muzakki dan masyarakat umum. Sedangkan dalam beberapa penelitian terdahulu yang dikaji oleh kholid Musana, syafuri dan Efi syarifudin, menyatakan bahwa strategi yang bagus untuk menjaga agar seseorang tetap loyal dalam menggunakan jasa dan pembelian terhadap satu produk, maka organisasi perlu untuk menonjolkan sisi kualitas layanan (service quality) yang baik. Disamping itu mereka menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak yang signifikan terhadap minat muzaki.¹⁶

Hal itu senada dengan pendapat Nahdliatul Amalia and Tika Widiastuti, dalam penelitiannya mereka menyebutkan ada beberapa permasalahan yang sering ditemukan pada lembaga pengelolaan zakat antara lain, kurangnya kemudahan akses informasi terkait pembayaran dan distribusi zakat, respons yang lambat terhadap pertanyaan atau keluhan muzaki, serta keterbatasan dalam menyediakan layanan digital yang mempermudah proses pembayaran zakat.¹⁷ Setiap lembaga perlu memahami bahwa kualitas pelayanan bukan hanya soal apa yang diberikan oleh pelanggan kepada organisasi, tetapi juga sangat

¹⁵ Faridatun Najiyah, Ulfatul Khasanah, And Fitria Asas, "Manajemen Zakat Di Indonesia (Tantangan Dan Solusi)," *Insight Management Journal* 2, No. 2 (2022): 45–53, <https://doi.org/10.47065/Imj.V2i2.115>.

¹⁶ Khoirunnisa Ritonga, Tuti Angraini, And Arnida Wahyuni Lubis, "Pengaruh Transparansi, Akuntabilitas Dan Kualitas Pengelolaan Zakat, Infaq Dan Shadaqoh Terhadap Minat Masyarakat Berdonasi Di Lembaga Amil Zakat Al-Washliyah," *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce* 3, No. 1 (2024): 43–52.

¹⁷ Nahdliatul Amalia dan Tika Widiastuti, "Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Muzaki Membayar Zakat," (*Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*) Vol. 6, no. 9 (2020): 1756-1769, <https://doi.org/10.20473/vol6iss20209pp>.

bergantung pada apa yang mereka rasakan dan terima dari pelayanan tersebut. Ketika pelanggan mendapatkan pengalaman yang positif, hal ini akan secara langsung meningkatkan rasa puas mereka, sekaligus memperkuat citra lembaga di mata publik. Kepuasan ini tidak hanya membangun kepercayaan, tetapi juga dapat menumbuhkan loyalitas jangka panjang, di mana pelanggan merasa nyaman untuk terus terhubung dan mendukung keberlangsungan lembaga.¹⁸

Kemudian di tengah pesatnya perkembangan teknologi, BAZNAS Kabupaten Bandung Barat dituntut untuk terus bersikap adaptif dan mampu merespons berbagai peluang yang muncul di era digital ini. Salah satu peluang besar yang dapat dimanfaatkan adalah dengan memanfaatkan media sosial yang menjadi sarana yang sangat baik untuk terhubung dengan berbagai lapisan masyarakat. Dalam konteks pengelolaan zakat, media sosial bukan hanya alat penyebaran informasi, tetapi juga bisa menjadi jembatan untuk membangun kesadaran, kepercayaan, dan partisipasi publik secara lebih luas. Hal tersebut selaras dengan hasil penelitian yang disampaikan oleh Fathul Aziz (2024) yang menunjukkan bahwa strategi fundraising berbasis media sosial terbukti efektif dalam mengenalkan dan menarik minat muzaki untuk membayar zakat melalui lembaga amil zakat. Hal ini mengindikasikan bahwa media sosial bukan hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga instrumen penting dalam meningkatkan partisipasi zakat.¹⁹

Oleh karena itu, seiring dengan semakin banyaknya orang yang menggunakan internet setiap tahunnya, maka semakin banyak pula masyarakat yang aktif menggunakan media sosial. Perubahan gaya hidup digital ini turut menggeser cara mereka dalam menyalurkan sumbangan, termasuk zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Masyarakat yang semakin melek teknologi cenderung memilih cara yang praktis dan efisien dalam berbagai aktivitas, termasuk berdonasi. Mereka menginginkan proses pembayaran zakat yang mudah, cepat,

¹⁸ Garnis Anggi Saktiani, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Word Of Mouth," *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik* Vol 4, No. No 2 (2015): 42–53.

¹⁹ Fathul Aziz Almaulidi Et Al., "Pengaruh Kepercayaan , Pendapatan , Dan Social Media Terhadap Minat Masyarakat Dalam Membayar Zakat (2024): 21–35.

transparan, dan dapat diakses kapan saja. Dengan banyaknya informasi yang bersaing di internet, lembaga yang kurang menonjol di media sosial bisa kehilangan perhatian publik. Kondisi ini berpotensi menurunkan jumlah zakat yang berhasil dihimpun, karena kemudahan akses dan transparansi pengelolaan zakat menjadi pertimbangan penting bagi para muzaki dalam memilih tempat menyalurkan zakatnya. Selain itu, pemanfaatan media sosial yang kurang optimal juga dapat melemahkan daya tarik lembaga zakat, apalagi jika dibandingkan dengan platform lain yang lebih aktif dan responsif di ranah digital.

Berdasarkan temuan dari latar belakang masalah yang telah di tutur, peneliti merasa tertarik untuk memperdalam mengenai isu ini guna menemukan solusi yang relevan dan aplikatif tentang **“Analisis Pengaruh Literasi Zakat, Transparansi, Kualitas Pelayanan dan Media Sosial Terhadap Minat Muzaki Dalam Berzakat di BAZNAS Kabupaten Bandung Barat”**.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah ini disusun berdasarkan latar belakang serta fokus kajian yang telah dipaparkan sebelumnya. Dengan demikian, rumusan masalah menjadi dasar untuk mengarahkan tujuan dan ruang lingkup penelitian agar lebih sistematis dan terarah. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh literasi zakat terhadap minat muzaki dalam berzakat di BAZNAS Kabupaten Bandung Barat?
2. Seberapa besar pengaruh transparansi terhadap minat muzaki dalam berzakat di BAZNAS Kabupaten Bandung Barat?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat muzaki dalam berzakat di BAZNAS Kabupaten Bandung Barat?
4. Seberapa besar pengaruh media sosial terhadap minat muzaki dalam berzakat di BAZNAS Kabupaten Bandung Barat?

5. Seberapa besar pengaruh literasi zakat, transparansi, kualitas pelayanan dan media sosial secara simultan terhadap keputusan muzaki dalam berzakat di BAZNAS Kabupaten Bandung Barat.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh literasi zakat terhadap minat muzaki dalam berzakat di BAZNAS Kabupaten Bandung Barat.
2. Untuk menganalisis pengaruh transparansi terhadap minat muzaki dalam berzakat di BAZNAS Kabupaten Bandung Barat.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat muzaki dalam berzakat di BAZNAS Kabupaten Bandung Barat.
4. Untuk menganalisis pengaruh media sosial terhadap minat muzaki dalam berzakat di BAZNAS Kabupaten Bandung Barat.
5. Untuk menganalisis pengaruh literasi zakat, transparansi, kualitas pelayanan dan media sosial secara simultan terhadap minat muzaki dalam berzakat di BAZNAS Kabupaten Bandung Barat.

D. Manfaat Penelitian

Temuan penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi penting, baik secara akademis maupun praktis:

1. Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan ilmiah dengan membantu membentuk atau mengembangkan teori tentang berbagai faktor yang memengaruhi yang memengaruhi keputusan muzaki dalam menunaikan zakat, khususnya di tengah dinamika era digital. Melalui kajian terhadap aspek literasi zakat, transparansi, kualitas pelayanan, dan pemanfaatan media sosial, penelitian ini dapat memperkaya perspektif dalam bidang ekonomi Islam, filantropi Islam, dan manajemen keuangan syariah.

Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sumber rujukan yang bermanfaat bagi kalangan akademisi untuk mengembangkan model atau gagasan baru yang relevan untuk membantu meningkatkan

partisipasi muzakki, terutama dengan memanfaatkan kemajuan teknologi digital sebagai sarana strategis dalam pengelolaan zakat.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu lembaga zakat, khususnya BAZNAS KBB, untuk lebih memahami apa yang memengaruhi keputusan masyarakat untuk menyalurkan ZIS kepada lembaga. Dengan memahami peran literasi zakat, transparansi, kualitas pelayanan, dan media sosial, lembaga zakat dapat menyusun strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan penghimpunan dana zakat, seperti memperkuat edukasi zakat digital, meningkatkan transparansi pengelolaan zakat, meningkatkan kualitas pelayanan, serta memaksimalkan pemanfaatan media sosial sebagai sarana kampanye dan sosialisasi. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat membantu instansi pemerintah serta pemangku kepentingan lainnya Ketika akan merumuskan kebijakan yang mendukung optimalisasi penghimpunan dan distribusi zakat di Kabupaten Bandung Barat.

E. Penelitian Terdahulu

Permasalahan ini telah menjadi perhatian berbagai peneliti sebelumnya, yang menunjukkan bahwa topik terkait faktor-faktor yang memengaruhi keputusan muzaki dalam berzakat. Sehubungan dengan itu, peneliti menyajikan beberapa hasil dari penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan erat dan lebih spesifik sesuai dengan fokus dan tema penelitian ini.:

1. Nasim dan Romdhon (2014), dengan judul “Pengaruh Transparansi Laporan Keuangan, Pengelolaan Zakat, Dan Sikap Pengelola Terhadap Tingkat Kepercayaan Muzakki (Studi Kasus Pada Lembaga Amil Zakat Di Kota Bandung)”.²⁰

Penelitian Nasim Romdhon ini mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi tingkat kepercayaan Muzaki terhadap zakat yang disalurkan

²⁰ Arim Nasim And Muhammad Rizqi Syahri Romdhon, “Pengaruh Transparansi Laporan Keuangan, Pengelolaan Zakat, Dan Sikap Pengelola Terhadap Tingkat Kepercayaan Muzakki,” *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan* 2, No. 3 (2014): 550, <https://doi.org/10.17509/Jrak.V2i3.6603>.

melalui lembaga pengumpul zakat. Penelitian ini berfokus pada topik yang menyoroti pentingnya transparansi dalam pengelolaan lembaga zakat dan peran profesionalisme sebagai elemen kunci dalam membangun kepercayaan publik.

Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei kuesioner, penelitian ini melibatkan para muzakki di Kota Bandung. Hasilnya menunjukkan bahwa keterbukaan informasi keuangan atau transparansi berperan signifikan dalam membentuk kepercayaan muzakki. Ketika laporan keuangan disampaikan secara jelas dan akuntabel, keyakinan muzakki terhadap lembaga meningkat. Selain itu, efektivitas dan efisiensi dalam pengelolaan zakat turut memengaruhi persepsi muzakki terhadap kredibilitas dan kinerja lembaga. Hasil ini sesuai dengan tujuan utama penelitian saat ini, yang juga menunjukkan bagaimana transparansi dan pelayanan yang baik mempengaruhi minat muzaki, khususnya dalam konteks pemanfaatan teknologi dan media sosial di era digital.

2. Nahdliatul Amalia dan Tika Widiastuti (2019), dengan judul "Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Muzaki Membayar Zakat".²¹

Penelitian ini mengkaji bagaimana akuntabilitas, transparansi, dan kualitas layanan memengaruhi kesediaan muzaki untuk membayar zakat melalui Lembaga Penghimpun Zakat (LAZ) di Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan survei, dan data dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk memahami bagaimana masing-masing faktor memengaruhi keputusan muzaki.

Temuan menunjukkan bahwa akuntabilitas, transparansi, dan kualitas layanan secara keseluruhan memiliki pengaruh positif dan signifikan, baik secara individual maupun bersama-sama, terhadap minat muzaki untuk membayar zakat. Nilai R^2 sebesar 0,665 berarti 66,5% perubahan minat

²¹ Nahdliatul Amalia dan Tika Widiastuti, "Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Muzaki Membayar Zakat," (Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan) 6, no. 9 (2020): 1758.

muzaki dapat dijelaskan oleh ketiga faktor tersebut, sedangkan sisanya disebabkan oleh faktor lain yang tidak dicakup dalam penelitian ini.

3. Lalu Bagas Jayantara (2021), dengan judul "Analisis Strategi Fundraising Dana Zakat, Infak, dan Shadaqah pada Lembaga Amil Zakat".²²

Penelitian ini didasari oleh pentingnya pengelolaan zakat yang efektif agar dana sosial dapat terus berkelanjutan dan membantu masyarakat yang membutuhkan. Strategi fundraising yang dikaji mencakup cara-cara konvensional seperti penggalangan dana melalui masjid dan komunitas, serta metode modern seperti penggunaan teknologi digital, media sosial, crowdfunding, dan kerja sama dengan sektor swasta maupun pemerintah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang mengintegrasikan teknologi digital dengan prinsip transparansi pengelolaan dana terbukti lebih efektif dalam meningkatkan penghimpunan ZIS. Beberapa faktor yang terbukti mampu menarik minat muzaki antara lain adalah pemanfaatan platform digital, kampanye melalui media sosial, serta kemudahan dalam proses pembayaran zakat. Temuan ini semakin menegaskan pentingnya inovasi digital dan transparansi dalam membangun kepercayaan serta meningkatkan partisipasi masyarakat dalam berzakat melalui lembaga resmi.

4. Aulia Rahmi (2021), dengan judul "Efektivitas Program Layanan Digital Baznas Indonesia Terhadap Penghimpunan Zakat Pada Baznas Periode 2016-2019".²³

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pesatnya perkembangan teknologi digital serta perubahan perilaku muzakki dalam menunaikan zakat, yang kini lebih banyak menggunakan layanan berbasis digital seperti aplikasi, transfer bank, QR code, dan platform crowdfunding. Fokus utama penelitian ini adalah mengevaluasi efektivitas program digital yang dijalankan oleh BAZNAS, termasuk layanan zakat online, kampanye

²² Lalu Bagas Jayantara, "Analisis Strategi Fundraising Dana Zakat, Infak, dan Shadaqah pada Lembaga Amil Zakat" (tesis, Universitas Islam Negeri Mataram, 2021): 1-145.

²³ Rahmi, "Efektivitas Program Layanan Zakat Digital Baznas Indonesia Terhadap Penghimpunan Zakat Pada Badan Amil Zakat Nasional Periode 2016-2019."

digital, dan pemanfaatan media sosial dalam menjangkau lebih banyak muzaki.

Dengan menggunakan metode mix method, penelitian ini menganalisis data penghimpunan zakat sebelum dan sesudah penerapan layanan digital. Hasilnya menunjukkan bahwa layanan digital memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan penghimpunan zakat. Faktor-faktor seperti kemudahan akses, transparansi informasi, dan efektivitas kampanye digital terbukti mampu meningkatkan kepercayaan dan partisipasi muzaki secara nyata.

5. Pandi Rumra (2023), dengan judul “Pengaruh Literasi Zakat, Transparansi Zakat dan Kinerja Amil Zakat Terhadap Pengumpulan Dana Zakat di Baznas Provinsi Jawa Barat”.²⁴

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh masih rendahnya realisasi penghimpunan zakat di Provinsi Jawa Barat, meskipun potensi zakat di daerah tersebut tergolong besar. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana literasi zakat, transparansi pengelolaan, dan kinerja para pengumpul zakat memengaruhi kepercayaan masyarakat yang memberikan zakat dan jumlah uang zakat yang terkumpul.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner yang diberikan kepada orang yang tepat. Temuan penelitian menunjukkan bahwa transparansi dalam mengelola zakat dan kinerja para pengumpul zakat memiliki dampak besar pada pengumpulan lebih banyak uang zakat, tetapi pengetahuan zakat yang baik tidak memiliki pengaruh besar. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun pemahaman masyarakat tentang zakat tetap penting, namun faktor keterbukaan informasi dan profesionalisme pengelola zakat justru menjadi kunci utama dalam membangun kepercayaan dan mendorong partisipasi muzaki.

²⁴ Rumra Pandi “Pengaruh Literasi Zakat, Transparansi Zakat Dan Kinerja Amil Zakat Terhadap Pengumpulan Dana Zakat Di Baznas Provinsi Jawa Barat”, (Tesis Uin Sunan Gunung Djati Bandung, 2023).

6. M.Afandi (2023), “Pengaruh Pengetahuan, Pendapatan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Muzakki di Baznas Kota Malang”.²⁵

M.Afandi membahas tentang pentingnya memahami aspek-aspek yang dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pembayaran zakat guna mendukung optimalisasi penghimpunan dana zakat. Pengetahuan yang dimaksud mencakup pemahaman tentang kewajiban zakat, manfaatnya, dan cara distribusinya, yang dapat meningkatkan kesadaran untuk berzakat. Pendapatan juga menjadi faktor penting-semakin tinggi penghasilan seseorang, semakin besar kemampuannya untuk berzakat. Selain itu, kepercayaan terhadap BAZNAS sebagai lembaga yang transparan dan akuntabel turut memengaruhi keputusan muzakki.

Penelitian ini memanfaatkan metode survei kuantitatif, dengan data yang diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada muzakki di Kota Malang. Untuk memahami data tersebut, regresi linier diterapkan untuk melihat bagaimana masing-masing faktor memengaruhi minat membayar zakat. Penelitian ini menemukan bahwa pengetahuan, tingkat pendapatan, dan kepercayaan semuanya memiliki dampak positif dan signifikan terhadap minat muzakki untuk berzakat melalui BAZNAS.

7. Seliani Juliza (2024), dengan judul "Pengaruh Strategi Fundraising dan Pengelolaan Dana Zakat terhadap Kepercayaan Masyarakat pada Lembaga Zakat Dompot Dhuafa Riau".²⁶

Dalam hal ini, Dompot Dhuafa Riau menggunakan berbagai strategi fundraising, seperti kampanye digital, program sosial, kerja sama dengan berbagai pihak, serta pemanfaatan teknologi untuk memudahkan pembayaran zakat. Di sisi lain, pengelolaan zakat dilakukan secara profesional, transparan, dan tepat sasaran, yang menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan masyarakat.

²⁵ Mohammad Afandi, Ilfi Nur Diana, And Nur Asnawi, “Pengaruh Pengetahuan, Pendapatan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Muzakki Di Baznas Kota Malang,” *Mukadimah: Jurnal Pendidikan, Sejarah, Dan Ilmu-Ilmu Sosial* 7, No. 2 (2023): 21–30, <https://doi.org/10.30743/mkd.v7i2.7708>.

²⁶ Juliza Seliani Et Al., “Pengaruh Strategi Fundraising Dan Pengelolaan Dana Zakat Terhadap Kepercayaan Masyarakat Pada Lembaga Zakat Dompot Dhuafa Riau,” *Journal Of Sharia And Law* 3, No. 3 (2024): 35–56.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei, dengan fokus pada muzakki (pembayar zakat) di Dompot Dhuafa Riau. Data dikumpulkan dari laporan keuangan dan rencana penggalangan dana lembaga. Hasilnya menunjukkan bahwa metode penggalangan dana yang baru dan kreatif, serta pengelolaan dana yang jelas dan bertanggung jawab, dapat membantu membangun kepercayaan publik terhadap lembaga zakat. Temuan ini menyoroti pentingnya kreativitas dan keterbukaan dalam memperkuat hubungan antara lembaga zakat dan masyarakat yang mendukungnya.

8. Nasution (2024), dengan judul “Pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi terhadap Kepercayaan Muzaki dalam Membayar Zakat melalui BAZNAS Provinsi Jawa Barat”.²⁷

Peneliti membahas tentang pentingnya kepercayaan publik terhadap lembaga zakat agar dana yang dihimpun dikelola dengan baik, sesuai prinsip syariah dan aturan yang berlaku. Akuntabilitas berarti lembaga bertanggung jawab dan mampu menyampaikan laporan pengelolaan zakat dengan jelas. Sementara itu, transparansi adalah keterbukaan informasi kepada masyarakat tentang proses penghimpunan dan penyaluran zakat.

Penelitian ini dilakukan secara kuantitatif melalui survei dengan kuesioner yang dibagikan kepada muzakki pengguna layanan BAZNAS di Jawa Barat. Data dianalisis menggunakan regresi linier untuk mengetahui seberapa besar akuntabilitas dan transparansi memengaruhi tingkat kepercayaan muzakki dalam membayar zakat melalui BAZNAS. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi akuntabilitas dan transparansi dalam pengelolaan zakat, muzakki cenderung lebih percaya pada sistem dan lebih mungkin membayar zakat melalui BAZNAS. Hasil ini menyoroti pentingnya keterbukaan dan akuntabilitas lembaga dalam membangun dan menjaga kepercayaan publik secara berkelanjutan.

²⁷ Dkk Nasution, “Pengaruh Transparansi Dan Akuntabilitas Pengelolaan Dana Zakat Terhadap Kepercayaan Muzzaki Dalam Membayar Zakat Di Baznas Provinsi Jawa Barat,” *Journal Of Applied Islamic Economics And Finance* 4, No. 2 (2024): 64–72, <https://doi.org/10.35313/Jaief.V4i2.5741>.

Tabel 1.2
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Nasim dan Romdhon (2014)	Pengaruh Transparansi Laporan Keuangan, Pengelolaan Zakat, Dan Sikap Pengelola Terhadap Tingkat Kepercayaan Muzakki (Studi Kasus Pada Lembaga Amil Zakat Di Kota Bandung)	Persamaan dengan penelitian terdahulu ini terletak pada fokus dan variable dependennya yaitu terhadap dampak berbagai faktor dalam meningkatkan kepercayaan zakat.	Perbedaan utama dari penelitian terdahulu terletak pada variabel independennya, yaitu X2 dan X3, yang menjadi fokus analisis dalam masing-masing studi. Selain itu, terdapat perbedaan dalam aspek waktu dan tempat penelitian.
2.	Nahdliatul Amalia & Tika Widiastuti (2019)	Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Muzaki Membayar Zakat"	Persamaan dengan penelitian terdahulu ini terletak variable independent dan dependennya yaitu Transparansi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Muzaki Membayar Zakat"	Perbedaannya dengan penelitian terdahulu ini terdapat pada variabel independennya (X1), selain itu terdapat perbedaan waktu dan tempat penelitiannya.
3.	Lalu Bagas Jayantara (2021)	Analisis Strategi Fundraising Dana Zakat, Infak, dan Shadaqah pada Lembaga Amil Zakat	Persamaan antara penelitian terdahulu ini terdapat pada tema penelitiannya yaitu strategi pengumpulan dana zakat.	Perbedaan utama dari penelitian terdahulu terletak pada variabel independennya, yaitu X1 dan X2, yang menjadi fokus analisis dalam masing-

				masing studi. Selain itu, terdapat perbedaan dalam aspek waktu dan tempat penelitian.
4.	Aulia Rahmi (2021)	Efektivitas Program Layanan Digital Baznas Indonesia Terhadap Penghimpunan Zakat Pada Baznas Periode 2016-2019.	Persamaan antara penelitian terdahulu ini pada Program Layanan Digital Baznas dan dampaknya dalam meningkatkan penghimpunan zakat.	Perbedaan utama dari penelitian terdahulu terletak pada variabel independennya, yang menjadi fokus analisis dalam masing-masing studi. Selain itu, terdapat perbedaan dalam aspek waktu dan tempat penelitian.
5.	Pandi Rumra (2023)	Pengaruh Literasi Zakat, Transparansi Zakat dan Kinerja Amil Zakat Terhadap Pengumpulan Dana Zakat di Baznas Provinsi Jawa Barat	Persamaan dengan penelitian terdahulu ini terletak variabel X1, X2 serta pada fokusnya yaitu terhadap berbagai faktor dalam meningkatkan kepercayaan muzaki terhadap penghimpunan zakat.	Perbedaan utama dari penelitian terdahulu terletak pada variabel independennya, yaitu X3 yang menjadi fokus analisis dalam masing-masing studi. Selain itu, terdapat perbedaan dalam aspek waktu dan tempat penelitian.
6.	M.Afandi (2023)	Pengaruh Pengetahuan, Pendapatan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Muzakki di	Persamaan antara penelitian terdahulu ini terdapat pada variabel dependennya (Y) yaitu berkaitan	Perbedaan utama dari penelitian terdahulu terletak pada variabel independennya, yaitu X1 dan X2, yang menjadi

		Baznas Kota Malang.	dengan faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Muzakki.	fokus analisis dalam masing-masing studi. Selain itu, terdapat perbedaan dalam aspek waktu dan tempat penelitian
7.	Seliani Juliza (2024)	Pengaruh Strategi Fundraising dan Pengelolaan Dana Zakat terhadap Kepercayaan Masyarakat pada Lembaga Zakat Dompot Dhuafa Riau	Persamaan antara penelitian terdahulu ini berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan muzaki, dalam meningkatkan penghuimpunan zakat.	Perbedaan utama dari penelitian terdahulu terletak pada variabel independennya, yang menjadi fokus analisis dalam masing-masing studi. Selain itu, terdapat perbedaan dalam aspek waktu dan tempat penelitian
8.	Nasution (2024)	Pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi terhadap Kepercayaan Muzaki dalam Membayar Zakat melalui BAZNAS Provinsi Jawa Barat	Persamaan dengan penelitian terdahulu ini terletak pada Variabel independennya (X2).	Perbedaan utama dari penelitian terdahulu terletak pada variabel independennya, yaitu X1 dan Y, yang menjadi fokus analisis dalam masing-masing studi.

Sumber: Tabel diolah

Sejumlah penelitian, seperti yang dilakukan oleh Nahdliatul Amalia & Tika Widiastuti (2019) serta Pandi Rumra (2023), telah menyoroti pentingnya transparansi, kualitas pelayanan, dan literasi zakat dalam membangun kepercayaan dan partisipasi muzaki. Temuan ini juga sejalan dengan hasil studi dari Nasim & Romdhon (2014), Lalu Bagas Jayantara (2021), dan Seliani

Juliza (2024), yang menekankan peran penting lembaga zakat dalam membangun kepercayaan publik.

Disamping itu, salah satu kebaruan dari penelitian ini terletak pada integrasi media sosial sebagai variabel yang memengaruhi minat muzaki. Meski sebelumnya Aulia Rahmi (2021) telah meneliti efektivitas layanan digital dalam penghimpunan zakat, penelitian ini secara lebih spesifik mengeksplorasi peran media sosial sebagai sarana komunikasi dan edukasi dalam meningkatkan kesadaran berzakat. Dengan menggabungkan empat faktor utama literasi zakat, transparansi, kualitas pelayanan, dan media sosial dalam satu model analisis, penelitian ini menghadirkan pendekatan yang lebih komprehensif. Harapannya, temuan ini tidak hanya memperkaya kajian akademik, tetapi juga memberikan kontribusi praktis bagi penguatan strategi komunikasi digital lembaga zakat untuk meningkatkan partisipasi muzaki.

F. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir berfungsi sebagai landasan yang menghubungkan antara teori-teori yang relevan, temuan observasi, dan hasil studi pustaka yang telah dilakukan sebelumnya. Selain itu, kerangka ini membantu menjelaskan arah dan alur logika penelitian, sekaligus menggambarkan hubungan antar variabel yang diteliti, yakni antara Variabel Literasi Zakat, Transparansi, Kualitas Pelayanan, dan Media Sosial terhadap Minat Muzaki dalam berzakat di BAZNAS Kabupaten Bandung Barat.

1. Literasi Zakat mempengaruhi minat muzaki dalam berzakat di BAZNAS KBB

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Berlian Febriyanti dan Ach Yasin menyatakan bahwa literasi zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzaki dalam berzakat di BAZNAS KBB.²⁸ Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahbubatur Nafi'ah, Ahmad Supriyadi, dan

²⁸ Berlian Febriyanti And Ach. Yasin, "Pengaruh Literasi Zakat, Altruisme, Dan Citra Lembaga Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Di Lazis Nurul Falah Surabaya Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi," *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5, No. 6 (2023): 21–39, <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V5i6.3720>.

Elok Fitriani Rafikasari, yang menemukan bahwa literasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesediaan muzaki untuk membayar zakat. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa hipotesis penelitian ini dibangun berdasarkan temuan penelitian sebelumnya.²⁹

2. Transparansi mempengaruhi minat muzaki dalam berzakat di BAZNAS KBB

Rizal Zulfi Abdul Aziz, Suharto, dan Febri Ramadhani melakukan penelitian pada tahun 2023 untuk melihat bagaimana transparansi memengaruhi minat muzaki.³⁰ Temuan mereka menunjukkan bahwa transparansi dalam pengelolaan zakat memiliki dampak besar pada minat muzakki di BAZNAS Kabupaten Subang. Nilai korelasi yang dihasilkan adalah 0,790, yang berarti ada hubungan positif yang kuat dan bermakna antara transparansi dan minat. Hal ini sesuai dengan apa yang ditemukan Khoirunnisa Ritonga, Tuti Angraini, dan Arnida Wahyuni Lubis dalam penelitian mereka. Mereka mengatakan transparansi memainkan peran besar dalam membuat masyarakat tertarik untuk berdonasi. Hal ini didukung oleh uji statistik, di mana nilai t hitung (2,076) lebih tinggi daripada nilai t tabel (1,993), dan tingkat signifikansi.³¹

3. Kualitas Pelayanan mempengaruhi minat muzaki dalam berzakat di BAZNAS KBB

Salsabila Maryunia, Hendri Sucipto dan Andi Yulianto dalam sebuah riset penelitiannya pada tahun 2024 mengatakan bahwa minat membayar zakat dapat diukur melalui: Interest, menunjukkan fokus perhatian dan rasa senang; desire, ditunjukkan dengan hasrat untuk memiliki; conviction ditunjukkan oleh

²⁹ Mahbutun Nafiah, Ahmad Supriyadi, And Elok Fitriani Rafikasari, “Pengaruh Literasi Zakat Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Pada Baznas Tulungagung Dengan Tingkat Kesadaran Dan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening,” *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi* 3, No. 1 (2023): 1–12, <https://doi.org/10.53625/juremi.v3i1.5782>.

³⁰ R. Z. A. Aziz, S. Suharto, And F. Ramadhani, “Pengaruh Transparansi Pengelolaan Zakat Terhadap Minat Muzaki,” *Antologi Kajian Multidisiplin Ilmu (Al-Kamil)* 1, No. 1 (2023): 191–201.

³¹ Ritonga, Angraini, And Lubis, “Pengaruh Transparansi, Akuntabilitas Dan Kualitas Pengelolaan Zakat, Infaq Dan Shadaqoh Terhadap Minat Masyarakat Berdonasi Di Lembaga Amil Zakat Al-Washliyah.”

keyakinan seseorang pada kualitas, kegunaan, manfaat dari aktivitas.³² Sementara itu, Kholid Musana, B. Syafuri, dan Efi Syarifudin berpendapat bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh besar terhadap keinginan masyarakat untuk membayar zakat.³³ Oleh karena itu, penelitian ini mengajukan hipotesis berdasarkan gagasan bahwa layanan yang baik bersifat responsif, ramah, dan profesional dapat meningkatkan kepuasan serta kepercayaan muzakki, yang pada akhirnya mendorong mereka untuk berzakat melalui lembaga resmi.

4. Media Sosial mempengaruhi minat muzaki dalam berzakat di BAZNAS KBB

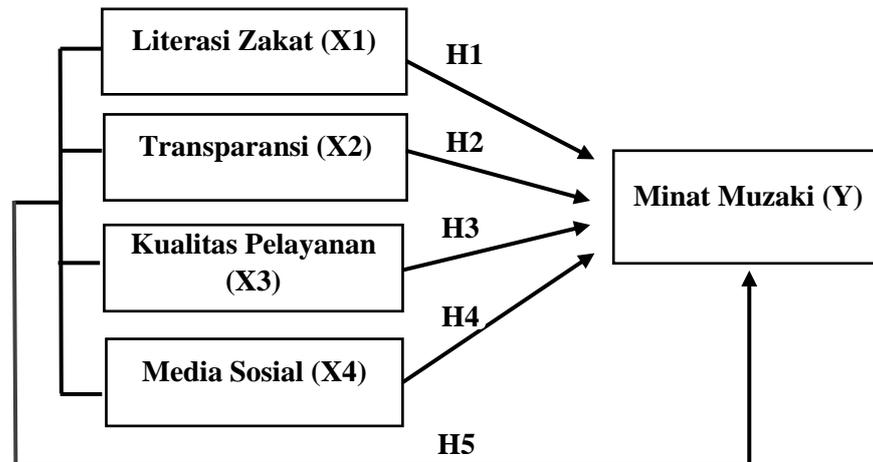
Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Qonita Dina Salsabila dan Ahmad Makhtum (2024), disimpulkan bahwa fundraising melalui media sosial dapat dilakukan dengan cara yang menyenangkan dan interaktif, karena media sosial menyediakan beragam format konten, seperti gambar, video pendek, hingga live streaming yang mampu menarik perhatian dan minat muzaki. Sementara itu, hasil penelitian Donni Atsdar dan Maman Suryaman juga menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh dalam meningkatkan kesadaran dan minat muzaki untuk berzakat.³⁴ Berdasarkan temuan tersebut, dapat dikembangkan hipotesis dimana media social dapat mempengaruhi minat muzaki dalam menunaikan zakat melalui BAZNAS Kabupaten Bandung Barat.

Dari pemaparan-pemaparan tersebut, maka dirumuskan kerangka pemikiran dalam gambar dibawah ini:

³² Salsabila Maryunia Et Al., “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Digital Terhadap Minat Membayar Zakat Profesi Melalui Baznas Kabupaten Tegal Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Muzakki Potensial Di Kabupaten Tegal)” (2024) : 1-20.

³³ Kholid Musana, B. Syafuri, And Efi Syarifudin, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Muzakki Dalam Membayar Zis (Studi Pada Baznas Provinsi Banten),” *Ekonomica Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah* 9, No. 2 (2024): 297–314, <https://doi.org/10.36908/Esha.V9i2.921>.

³⁴ Donni Atsdar and Maman Suryaman, “Analisis Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kepercayaan Muzakki Di Lembaga Amil Zakat Lidzikri Rancasari Kota Bandung,” *Economic Reviews Journal* 3, no. 1 (2024): 31–40, <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i1.178>.



Gambar 1.2
Kerangka Pemikiran

Gambar 1.1 di atas tersebut menjelaskan bahwa dalam penelitian ini variable independen literasi zakat (X1), transparansi (X2), kualitas pelayanan (X3) dan media social (X4), diduga berpengaruh terhadap variable dependen minat muzaki dalam berzakat (Y).

G. Hipotesis

Hipotesis ialah sebuah jawaban permasalahan sementara yang sifatnya asumsi dari sebuah penelitian. Asumsi ini mesti kemudian dibuktikan keabsahannya dengan data empiris (fakta lapangan). Menurut Supardi (2005) Hipotesis yang dikemukakan dalam sebuah penelitian tidak kemudian harus terbukti benar di lapangan. Berdasarkan kerangka pemikiran yang sudah ditutur, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian yang akan dijelaskan sebagaimana berikut ini:

1. Hubungan Literasi Zakat terhadap Minat Muzaki dalam berzakat

H0: Literasi Zakat tidak berpengaruh terhadap Minat Muzaki dalam berzakat di BAZNAS Kabupaten Bandung Barat.

Ha: Literasi Zakat berpengaruh positif terhadap Minat Muzaki dalam berzakat di BAZNAS Kabupaten Bandung Barat.

2. Hubungan Transparansi terhadap Minat Muzaki dalam berzakat

H0: Transparansi tidak berpengaruh terhadap Minat Muzaki dalam berzakat di BAZNAS Kabupaten Bandung Barat.

Ha: Transparansi berpengaruh positif terhadap Minat Muzaki dalam berzakat di BAZNAS Kabupaten Bandung Barat.

3. Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Muzaki dalam berzakat

H0: Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Minat Muzaki dalam berzakat di BAZNAS Kabupaten Bandung Barat.

Ha: Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Minat Muzaki dalam berzakat di BAZNAS Kabupaten Bandung Barat.

4. Hubungan Media Sosial terhadap Minat Muzaki dalam berzakat.

H0: Media sosial tidak berpengaruh terhadap Minat Muzaki dalam berzakat di BAZNAS Kabupaten Bandung Barat.

Ha: Media social berpengaruh positif terhadap Minat Muzaki dalam berzakat di BAZNAS Kabupaten Bandung Barat.

5. Hubungan Literasi Zakat, Transparansi, Kualitas Pelayanan dan Media Sosial terhadap Minat Muzaki dalam berzakat.

H0: Literasi Zakat, Transparansi, Kualitas Pelayanan dan Media Sosial secara simultan tidak berpengaruh terhadap Minat Muzaki dalam berzakat di BAZNAS Kabupaten Bandung Barat.

Ha: Literasi Zakat, Transparansi, Kualitas Pelayanan dan Media Sosial secara simultan berpengaruh positif terhadap Minat Muzaki dalam berzakat di BAZNAS Kabupaten Bandung Barat.