

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Zakat merupakan salah satu rukun Islam yang memiliki fungsi spiritual sekaligus sosial-ekonomi yang mendalam. Zakat tidak hanya dimaknai sebagai ibadah vertikal antara manusia dan Allah, tetapi juga sebagai bentuk tanggung jawab sosial untuk mengurangi kesenjangan ekonomi antarumat. Instrumen zakat memainkan peran penting dalam redistribusi kekayaan serta menjadi mekanisme pemberdayaan ekonomi umat yang efektif apabila dikelola secara profesional dan amanah. Zakat memiliki potensi besar di tengah tantangan ekonomi global dan bisa menjadi sumber pembiayaan sosial yang berkelanjutan bagi pembangunan umat Islam di Indonesia (Hafidhuddin, 2011).

Indonesia, dengan populasi Muslim terbesar di dunia, memiliki potensi zakat yang sangat besar dan berpeluang menjadi instrumen penting dalam pemerataan kesejahteraan. Berdasarkan laporan resmi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS, 2024), potensi zakat nasional mencapai Rp 327 triliun, namun realisasi penghimpunannya baru sekitar Rp 33 triliun, atau kurang dari 10% dari total potensi. Perbedaan yang signifikan ini menggambarkan adanya kesenjangan struktural dan psikologis antara potensi dan realisasi. Artinya, masih terdapat masalah mendasar terkait tingkat partisipasi masyarakat dalam menunaikan zakat melalui lembaga resmi

yang diakui negara, yang pada gilirannya berdampak terhadap optimalisasi peran zakat dalam pembangunan sosial-ekonomi umat.

Salah satu penyebab utama rendahnya penghimpunan zakat adalah masalah kepercayaan (*trust*) masyarakat terhadap lembaga pengelola zakat. Banyak muzakki yang lebih memilih menyalurkan zakatnya secara langsung kepada mustahik dibanding melalui lembaga resmi seperti BAZNAS. Kondisi ini menunjukkan masih adanya keraguan terhadap kredibilitas dan profesionalitas lembaga zakat. Kepercayaan masyarakat menjadi faktor penentu keberhasilan lembaga zakat, karena tanpa adanya rasa percaya, masyarakat akan enggan menyalurkan zakatnya melalui lembaga formal.

Menurut teori *Integrative Model of Organizational Trust* yang dikemukakan oleh Mayer, Davis, dan Schoorman (1995), kepercayaan terbentuk melalui tiga faktor utama, yaitu *Ability* (kemampuan), *Benevolence* (niat baik), dan *Integrity* (integritas). Pada lembaga zakat, aspek kemampuan tercermin dalam profesionalitas pengelolaan dana zakat yang dilakukan secara efektif dan akuntabel. Aspek niat baik ditunjukkan melalui komitmen lembaga dalam meningkatkan kesejahteraan umat serta memberikan manfaat yang optimal bagi para penerima zakat. Sementara itu, aspek integritas terlihat dari konsistensi lembaga dalam menjalankan amanah sesuai dengan nilai-nilai Islam serta keselarasan antara prinsip yang dianut dan tindakan yang dilakukan dalam pengelolaan dana umat (Mayer et al., 1995).

BAZNAS sebagai lembaga resmi pemerintah non-struktural memiliki tanggung jawab besar dalam mengelola zakat dengan prinsip amanah, profesional, dan transparan. Di tingkat daerah, BAZNAS Kota Bandung memiliki peran penting dalam

mengelola potensi zakat masyarakat perkotaan. Kota Bandung dikenal sebagai kota dengan karakter masyarakat yang rasional, kritis, dan memiliki tingkat literasi digital yang tinggi. Oleh karena itu, tantangan utama BAZNAS Kota Bandung bukan hanya dalam menghimpun zakat, tetapi juga dalam membangun dan menjaga kepercayaan masyarakat terhadap lembaga.

Kepercayaan publik terhadap BAZNAS tidak dapat dibangun hanya melalui reputasi kelembagaan, tetapi harus diperkuat dengan peningkatan literasi zakat di kalangan muzakki. Literasi zakat berarti sejauh mana seseorang memahami makna, hukum, manfaat, dan mekanisme pengelolaan zakat secara benar. Literasi zakat yang baik dapat menumbuhkan kesadaran dan keyakinan bahwa zakat yang dikelola melalui lembaga resmi memiliki nilai keberkahan dan dampak sosial yang lebih luas (Azizah, 2020) .

Rendahnya tingkat literasi zakat di Indonesia menjadi salah satu faktor penghambat partisipasi masyarakat dalam membayar zakat melalui lembaga resmi. Survei Nasional Literasi Zakat (Puskas BAZNAS, 2023) menunjukkan bahwa indeks literasi zakat nasional baru mencapai angka 66,78, yang dikategorikan “menengah”. Artinya, sebagian besar masyarakat telah memahami kewajiban zakat secara umum, namun belum memahami aspek kelembagaan dan tata kelola zakat secara menyeluruh (Puskas BAZNAS, 2023) .

Menurut perspektif psikologi sosial, literasi zakat juga berhubungan erat dengan pembentukan perilaku keagamaan seseorang. Bandura (1986) melalui teori *Social Cognitive Theory* menjelaskan bahwa perilaku manusia terbentuk melalui

interaksi antara pengetahuan, tindakan, dan lingkungan sosial. Artinya, seseorang yang memahami zakat dengan baik (pengetahuan) dan melihat contoh nyata dari lingkungan sekitarnya (*modeling*) akan terdorong untuk menunaikan zakat secara konsisten dan terarah (Bandura, 1986) .

Penerapan teori Bandura dalam konteks zakat menunjukkan bahwa literasi dapat menjadi media pembentukan perilaku sosial-keagamaan. Melalui pendidikan dan kampanye zakat, masyarakat memperoleh pengetahuan dan model positif dari lembaga seperti BAZNAS. Peningkatan literasi zakat dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam memperkuat kepercayaan muzakki terhadap lembaga pengelola zakat. Tingkat pemahaman yang lebih baik mengenai zakat juga mendorong perubahan perilaku masyarakat, sehingga mereka lebih cenderung menyalurkan zakat melalui lembaga resmi yang terpercaya dan memiliki sistem pengelolaan yang akuntabel.

BAZNAS Kota Bandung telah berupaya meningkatkan literasi zakat melalui berbagai program edukasi publik, baik secara konvensional maupun digital. Program seperti *Zakat Goes to Campus*, Bintang Talenta dan da'i zakat menjadi bentuk nyata dakwah sosial yang bertujuan membangun kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang pentingnya zakat lembaga. Melalui literasi ini, BAZNAS tidak hanya menjalankan fungsi administratif, tetapi juga fungsi dakwah yang berorientasi pada pemberdayaan umat.

Namun, di tengah perkembangan era digital, tantangan baru muncul dalam bentuk perubahan perilaku muzakki. Banyak masyarakat urban yang lebih mengandalkan media digital dan media sosial dalam mencari informasi tentang zakat.

Di sisi lain, rendahnya literasi digital keagamaan masih menjadi hambatan bagi sebagian masyarakat untuk memahami mekanisme zakat online yang disediakan oleh BAZNAS. Kondisi ini menuntut lembaga zakat untuk mengembangkan strategi literasi yang lebih inovatif dan relevan dengan gaya hidup masyarakat modern.

Beberapa penelitian terdahulu mendukung pentingnya literasi zakat dalam membangun kepercayaan publik. Nurfauziah dan Jajuli (2025) menemukan bahwa literasi zakat memiliki pengaruh positif terhadap keputusan muzakki untuk membayar zakat melalui lembaga resmi. Hasil penelitian tersebut memperkuat pandangan bahwa peningkatan literasi zakat tidak hanya meningkatkan kesadaran beragama, tetapi juga membangun kepercayaan terhadap lembaga amil zakat di tingkat lokal dan nasional.

Penelitian oleh Azzahra dan Rahman (2023) juga menegaskan bahwa literasi zakat yang diperkuat dengan pendekatan komunikasi digital efektif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat. Edukasi zakat berbasis media sosial terbukti mampu menjangkau generasi muda dan masyarakat urban secara lebih luas. Dengan demikian, literasi zakat menjadi instrumen dakwah kontemporer yang relevan untuk menjawab tantangan zaman dan membangun kepercayaan publik terhadap lembaga zakat.

Dari berbagai fenomena dan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa literasi zakat memiliki posisi strategis dalam membangun kepercayaan muzakki terhadap BAZNAS. Literasi bukan hanya sekadar pengetahuan keagamaan, tetapi juga merupakan strategi kelembagaan yang berdampak langsung pada partisipasi dan

loyalitas muzakki. Masyarakat yang memahami manfaat zakat secara sosial dan spiritual akan lebih percaya untuk menyalurkannya melalui lembaga resmi.

Oleh karena itu, penelitian berjudul “Strategi BAZNAS Kota Bandung dalam Membangun Kepercayaan Muzakki melalui Literasi Zakat di Era Digital” ini menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini berfokus pada bagaimana BAZNAS Kota Bandung merancang, mengimplementasikan, dan mengevaluasi strategi literasi zakat dalam meningkatkan kepercayaan muzakki. Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan ilmu manajemen dakwah dan ekonomi Islam, sedangkan secara praktis, hasilnya diharapkan dapat menjadi acuan strategis bagi lembaga zakat lain dalam memperkuat peran literasi sebagai fondasi kepercayaan publik di era digital.

1.2 Fokus Penelitian

1. Bagaimana BAZNAS Kota Bandung menetapkan kepercayaan muzakki sebagai tujuan strategis jangka panjang, dan bagaimana literasi zakat diposisikan sebagai instrumen utama untuk mencapai tujuan tersebut di era digital?
2. Bagaimana BAZNAS Kota Bandung merancang dan memilih tindakan-tindakan strategis literasi zakat, khususnya melalui pendekatan digital, dalam rangka membangun dan memperkuat kepercayaan muzakki?
3. Bagaimana BAZNAS Kota Bandung mengalokasikan sumber daya organisasi, untuk mendukung strategi literasi zakat dalam membangun kepercayaan muzakki?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini secara umum adalah untuk memahami dan menganalisis strategi BAZNAS Kota Bandung dalam membangun kepercayaan muzakki melalui program literasi zakat di era digital. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menganalisis bagaimana BAZNAS Kota Bandung menetapkan pembangunan kepercayaan muzakki sebagai tujuan strategis jangka panjang organisasi, serta bagaimana literasi zakat diposisikan secara strategis sebagai sarana utama untuk mencapai tujuan tersebut di era digital.
2. Untuk mengkaji bentuk dan arah tindakan-tindakan strategis (*courses of action*) yang dirancang dan dijalankan oleh BAZNAS Kota Bandung dalam program literasi zakat, khususnya melalui pemanfaatan media dan platform digital dalam rangka memperkuat kepercayaan muzakki.
3. Untuk menganalisis bagaimana BAZNAS Kota Bandung mengalokasikan sumber daya organisasi, baik sumber daya manusia, keuangan, maupun teknologi digital, guna mendukung pelaksanaan strategi literasi zakat sebagai instrumen pembangunan kepercayaan muzakki.

Dengan pencapaian tujuan-tujuan tersebut, penelitian ini berupaya memberikan pemahaman komprehensif tentang bagaimana literasi di era digital sebagai instrumen strategis dalam pengelolaan zakat modern yang lebih profesional dan berorientasi pada kepercayaan publik.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat teoretis dan praktis bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan peningkatan kualitas pengelolaan zakat di Indonesia.

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kajian di bidang manajemen dakwah, ekonomi Islam, terutama dalam konteks strategi membangun kepercayaan publik melalui literasi zakat di era digital. Hasil penelitian ini diharapkan memperluas pemahaman teoretis tentang hubungan antara literasi zakat, dan kepercayaan publik, serta memperkaya literatur mengenai tata kelola lembaga zakat berbasis nilai-nilai Islam.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi BAZNAS Kota Bandung maupun lembaga amil zakat lainnya dalam menyusun strategi penguatan literasi masyarakat. Penelitian ini juga diharapkan memberikan rekomendasi kebijakan, digitalisasi literasi zakat, serta edukasi muzakki yang lebih terarah dan efektif.

3. Manfaat Sosial

Penelitian ini juga memiliki manfaat sosial yang luas, yaitu mendorong partisipasi masyarakat Muslim dalam menunaikan zakat melalui lembaga resmi. Dengan meningkatnya kepercayaan dan pemahaman masyarakat, diharapkan dana zakat yang terkumpul semakin optimal dan mampu memberi dampak nyata terhadap

kesejahteraan umat, pengentasan kemiskinan, serta pembangunan ekonomi berbasis syariah di tingkat lokal maupun nasional.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Strategi

Strategi merupakan konsep penting dalam dunia manajemen dan organisasi, karena berfungsi sebagai arah dan pedoman dalam mencapai tujuan jangka panjang. Secara etimologis, istilah strategi berasal dari bahasa Yunani *strategos*, yang berarti “seni seorang jenderal dalam memimpin pasukan perang.” Dalam perkembangannya, istilah ini mengalami perluasan makna dan digunakan dalam berbagai bidang, termasuk ekonomi, pemerintahan, pendidikan, serta lembaga sosial keagamaan. Strategi tidak lagi dipahami sekadar sebagai rencana untuk memenangkan perang, melainkan sebagai proses pengambilan keputusan yang sistematis dan terarah untuk mencapai keunggulan dalam lingkungan yang kompetitif dan berubah-ubah (Wheelen & Hunger, 2017).

Secara klasik, Alfred D. Chandler (1962) mendefinisikan strategi sebagai “penentuan tujuan jangka panjang organisasi, serta pemilihan tindakan dan alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.” Definisi ini menekankan bahwa strategi merupakan hasil perencanaan rasional dan formal yang disusun oleh pimpinan organisasi untuk mencapai efektivitas dan efisiensi.

Chandler merumuskan strategi sebagai:

“The determination of the basic long-term goals and objectives of an enterprise, and the adoption of courses of action and the allocation of resources necessary for carrying out these goals.” (Nickols, 2008)

Definisi tersebut menegaskan bahwa strategi bukan sekadar rencana jangka pendek atau kebijakan operasional, melainkan proses penentuan tujuan jangka panjang yang disertai dengan pemilihan tindakan serta pengalokasian sumber daya secara terencana. Dengan demikian, strategi berfungsi sebagai pedoman utama organisasi dalam menghadapi lingkungan yang kompleks dan dinamis.

Kontribusi utama Chandler terletak pada tesisnya yang terkenal, yaitu *structure follows strategy*, yang menyatakan bahwa struktur organisasi akan berkembang mengikuti strategi yang ditetapkan. Artinya, setiap perubahan tujuan dan orientasi strategis organisasi menuntut penyesuaian struktur, sistem kerja, dan mekanisme pengelolaan sumber daya. Pandangan ini memperlihatkan bahwa strategi memiliki posisi sentral dalam menentukan arah dan efektivitas organisasi (Williamson, 2009).

Sejak diperkenalkan pada dekade 1960-an, teori Chandler menjadi pondasi utama dalam aliran klasik manajemen strategis. Chandler memandang manajemen sebagai aktor kunci yang memiliki peran strategis dalam mengoordinasikan sumber daya dan memastikan keberlangsungan organisasi. Chandler dalam perkembangannya, tidak hanya menekankan pemanfaatan sumber daya, tetapi juga pengembangannya sebagai modal strategis organisasi.

Lazonick (2013) menjelaskan bahwa pemikiran Chandler berkembang dari fokus pada efisiensi organisasi menuju pemahaman yang lebih luas tentang peran manajemen dalam menciptakan nilai jangka panjang melalui inovasi struktural dan pengelolaan sumber daya manusia (Lazonick, 2013).

Sementara itu, Parker (1991) menegaskan bahwa teori Chandler memberikan kontribusi besar dalam memahami bagaimana organisasi besar membangun legitimasi melalui struktur yang rasional dan sistematis. Legitimasi ini menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan publik, terutama pada organisasi yang mengelola sumber daya masyarakat (Parker, 1991).

Dengan demikian, teori Chandler tidak hanya relevan bagi organisasi bisnis, tetapi juga memiliki signifikansi kuat dalam konteks organisasi publik dan lembaga keagamaan yang dituntut untuk akuntabel, transparan, dan dipercaya oleh masyarakat.

Menurut teori strategi Alfred D. Chandler dalam konteks penelitian ini strategi digunakan sebagai pisau analisis untuk memahami strategi BAZNAS Kota Bandung dalam membangun kepercayaan muzakki melalui literasi zakat di era digital. Penerapan teori Chandler dapat dianalisis melalui tiga dimensi utama, yaitu tujuan jangka panjang, tindakan strategis, dan alokasi sumber daya.

Pertama, penetapan tujuan jangka panjang. BAZNAS Kota Bandung sebagai lembaga pengelola zakat tidak hanya berorientasi pada peningkatan penghimpunan dana zakat, tetapi juga pada pembangunan kepercayaan muzakki secara berkelanjutan. Menurut perspektif Chandler, kepercayaan muzakki merupakan tujuan strategis jangka panjang yang menentukan keberlangsungan lembaga. Literasi zakat menjadi sarana strategis untuk membentuk pemahaman dan kesadaran muzakki agar secara sukarela menyalurkan zakat melalui lembaga resmi.

Kedua, pemilihan tindakan strategis (*courses of action*). Literasi zakat yang dilakukan melalui media digital, transparansi laporan keuangan, serta penyampaian informasi program pendistribusian zakat merupakan bentuk tindakan strategis yang dipilih BAZNAS untuk menjawab tantangan era digital. Tindakan ini mencerminkan adaptasi strategi terhadap karakteristik masyarakat perkotaan yang semakin bergantung pada teknologi informasi.

Ketiga, alokasi sumber daya. Strategi menurut Chandler ini akan efektif apabila diikuti dengan alokasi sumber daya yang memadai. Alokasi anggaran, penguatan sumber daya manusia di bidang teknologi informasi, serta pengembangan sistem digital zakat menunjukkan bahwa literasi zakat diposisikan sebagai prioritas strategis BAZNAS. Konsistensi alokasi sumber daya ini berfungsi sebagai sinyal kelembagaan yang memperkuat kepercayaan muzakki (Nickols, 2008).

Berdasarkan uraian tersebut, teori strategi Alfred D. Chandler memberikan landasan teoretis yang kuat untuk menganalisis strategi BAZNAS Kota Bandung. Literasi zakat dalam penelitian ini tidak dipahami sebagai aktivitas edukatif semata, melainkan sebagai strategi kelembagaan yang dirancang secara sadar, terstruktur, dan berorientasi jangka panjang untuk membangun kepercayaan muzakki di era digital.

Dengan menggunakan teori Chandler, penelitian ini mampu menjelaskan keterkaitan antara tujuan strategis BAZNAS, pilihan program literasi zakat, serta alokasi sumber daya organisasi dalam membentuk kepercayaan publik. Oleh

karena itu, teori ini dinilai relevan dan tepat sebagai landasan teoretis utama dalam penelitian mengenai strategi pengelolaan zakat berbasis kepercayaan.

1.5.2 Kepercayaan

Kepercayaan merupakan salah satu fondasi utama dalam setiap hubungan sosial, ekonomi, maupun kelembagaan. Pada lembaga publik dan keagamaan seperti BAZNAS, kepercayaan (*trust*) menjadi modal sosial yang menentukan sejauh mana masyarakat bersedia berpartisipasi dan menyerahkan dana zakat untuk dikelola. Tanpa adanya kepercayaan, hubungan antara muzakki (pemberi zakat) dan lembaga amil zakat tidak akan berjalan secara harmonis dan berkelanjutan.

Secara umum, kepercayaan dapat diartikan sebagai keyakinan seseorang terhadap niat baik dan kompetensi pihak lain dalam menjalankan tanggung jawabnya. Menurut Mayer, Davis, dan Schoorman (1995), kepercayaan merupakan “kesediaan seseorang untuk menjadi rentan terhadap tindakan pihak lain berdasarkan ekspektasi positif terhadap perilaku pihak tersebut.” Dengan kata lain, seseorang mempercayai pihak lain ketika ia yakin bahwa pihak tersebut akan bertindak sesuai dengan harapan dan tidak akan merugikannya.

Teori kepercayaan Mayer dkk. (1995) dikenal sebagai *Integrative Model of Organizational Trust*, yang menjelaskan bahwa kepercayaan terbentuk melalui tiga faktor utama: *Ability* (kemampuan), *Benevolence* (niat baik), dan *Integrity* (integritas). Ketiga faktor ini berperan penting dalam membangun persepsi publik terhadap kredibilitas suatu lembaga.

a) *Ability* (Kemampuan)

Kemampuan mengacu pada kompetensi dan keahlian lembaga dalam menjalankan fungsi dan tanggung jawabnya. *Ability* dalam konteks organisasi menunjukkan sejauh mana lembaga dapat menjalankan tugasnya secara efektif dan efisien.

Pada penelitian ini, kemampuan BAZNAS tercermin dari profesionalitas pengelolaan dana zakat, sistem administrasi yang modern, serta kapasitas sumber daya manusia dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat. Masyarakat akan menaruh kepercayaan yang tinggi apabila mereka melihat bahwa lembaga zakat memiliki kemampuan teknis dan manajerial yang memadai.

Sebagaimana dijelaskan oleh Mayer dkk. (1995), kemampuan menjadi dimensi pertama kepercayaan karena menunjukkan keahlian spesifik yang relevan dengan harapan pihak yang mempercayai. Jika lembaga menunjukkan kemampuan yang konsisten dalam mengelola dana umat, maka kepercayaan akan terbentuk secara alami.

b) *Benevolence* (Niat Baik)

Benevolence merujuk pada niat tulus lembaga untuk memperhatikan dan mengutamakan kepentingan pihak lain di luar kepentingan dirinya sendiri. Pada konteks lembaga zakat, *Benevolence* berarti komitmen moral BAZNAS dalam menyalurkan dana zakat sesuai prinsip syariah dan amanah umat.

Niat baik ini menjadi penentu utama dalam membangun kepercayaan jangka panjang. Masyarakat akan lebih percaya kepada lembaga yang

menunjukkan kepedulian sosial yang nyata, seperti bantuan bencana, pemberdayaan ekonomi mustahik, dan program beasiswa pendidikan.

Benevolence juga mencerminkan nilai spiritual dan etika keislaman lembaga zakat, bahwa seluruh aktivitasnya bukan hanya untuk kepentingan institusi, tetapi sebagai wujud pengabdian kepada Allah dan kemanusiaan.

Menurut Putnam (2000), dalam konteks sosial, kepercayaan hanya akan tumbuh dalam sistem yang didasarkan pada niat baik dan norma timbal balik (*reciprocity*). Oleh karena itu, kegiatan sosial dan kepedulian publik yang konsisten dari BAZNAS menjadi faktor penting dalam memperkuat kepercayaan muzakki.

c) *Integrity* (Integritas)

Integritas adalah komitmen lembaga untuk bersikap jujur, transparan, dan konsisten antara ucapan dan tindakan.

Menurut Mayer dkk. (1995), integritas merupakan dimensi paling kompleks dari kepercayaan, karena mencakup kesesuaian antara prinsip moral yang dipegang dengan tindakan nyata yang dilakukan lembaga.

Pada konteks BAZNAS Kota Bandung, integritas tampak dalam transparansi laporan keuangan, audit independen, serta publikasi laporan tahunan yang dapat diakses oleh masyarakat umum. Keterbukaan ini memperkuat persepsi publik bahwa lembaga beroperasi dengan prinsip amanah dan tidak menyembunyikan informasi.

Selain itu, integritas juga mencerminkan konsistensi nilai-nilai keislaman dalam manajemen lembaga. Sebagaimana dijelaskan oleh Robbins dan Coulter

(2013), kepercayaan terhadap lembaga tidak hanya dibangun melalui kompetensi, tetapi juga melalui kejujuran dan konsistensi moral yang terlihat dari perilaku sehari-hari organisasi.

1.5.3 Literasi Zakat

Secara umum, literasi didefinisikan sebagai kemampuan seseorang dalam memahami, mengolah, dan menggunakan informasi untuk mengambil keputusan yang tepat dalam kehidupan sehari-hari. Literasi zakat dalam konteks ekonomi islam merujuk pada tingkat pengetahuan, pemahaman, dan kesadaran masyarakat mengenai zakat sebagai kewajiban keagamaan dan instrumen pembangunan sosial (Azizah, 2020).

Individu yang memiliki literasi zakat yang tinggi tidak hanya memahami hukum dan ketentuan zakat, tetapi juga mengetahui manfaat sosialnya, cara penyalurannya, serta peran lembaga resmi seperti BAZNAS dalam mengelola zakat secara profesional. Literasi zakat yang baik akan mendorong perilaku kepatuhan zakat, yaitu kemauan dan kesadaran seseorang untuk menunaikan zakat melalui lembaga amil yang sah.

Bandura (1986) melalui *Social Cognitive Theory (SCT)* menjelaskan bahwa perilaku manusia terbentuk melalui interaksi timbal balik antara faktor personal, perilaku, dan lingkungan. Model ini dikenal sebagai *triadic reciprocal causation*, yaitu hubungan saling memengaruhi antara kognisi (pengetahuan dan sikap), tindakan, dan konteks sosial. Dengan kata lain, perubahan perilaku seseorang

termasuk dalam hal berzakat tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal (keimanan atau niat), tetapi juga oleh pengaruh eksternal seperti edukasi, teladan sosial, dan kebijakan lembaga.

“Learning would be exceedingly laborious if people had to rely solely on the effects of their own actions to inform them what to do.”

Albert Bandura (1986, p. 22)

Pada perspektif ini, literasi zakat dapat dipahami sebagai hasil proses kognitif sosial, di mana individu belajar tentang zakat melalui pengalaman langsung, observasi terhadap lingkungan, dan interaksi dengan institusi yang dipercaya. Oleh karena itu, pendidikan zakat yang efektif memerlukan strategi komunikasi dan pembelajaran sosial yang mampu membentuk pengetahuan sekaligus perilaku.

Bandura (1986) mengemukakan tiga prinsip utama dalam *Social Cognitive Theory* yang dapat diaplikasikan dalam konteks literasi zakat:

a) *Reciprocal Determinism* (Hubungan Timbal Balik)

Perilaku zakat seseorang dipengaruhi oleh interaksi dinamis antara faktor personal (pengetahuan agama, niat, motivasi), perilaku (kebiasaan membayar zakat), dan lingkungan sosial (dukungan keluarga, tokoh agama, lembaga zakat).

Misalnya, ketika seseorang berada di lingkungan masyarakat yang aktif menunaikan zakat melalui BAZNAS, maka kemungkinan besar ia akan meniru perilaku tersebut karena terbentuk social modeling.

b) *Observational Learning* (Pembelajaran Melalui Pengamatan)

Bandura menekankan bahwa individu dapat mempelajari perilaku baru dengan mengamati orang lain yang menjadi model. Pada konteks zakat, tokoh agama, ulama, atau figur publik yang menjadi teladan dalam menunaikan zakat berperan penting dalam meningkatkan kesadaran masyarakat.

BAZNAS Kota Bandung menerapkan prinsip ini dengan menggandeng tokoh masyarakat, influencer dakwah, dan publik figur Muslim untuk mengedukasi masyarakat melalui kampanye zakat digital.

c) *Self-Efficacy* (Efikasi Diri)

Konsep efikasi diri adalah kepercayaan seseorang terhadap kemampuannya sendiri untuk melakukan tindakan tertentu.

Individu yang memiliki efikasi diri tinggi cenderung lebih yakin terhadap kemampuannya dalam menunaikan zakat secara benar sesuai dengan ketentuan syariat. Peran BAZNAS dalam meningkatkan efikasi diri muzakki diwujudkan melalui penyediaan panduan zakat, simulasi perhitungan zakat berbasis digital, serta layanan konsultasi zakat secara daring yang memudahkan masyarakat dalam memahami dan melaksanakan kewajiban zakat.

1.6 Langkah-Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Badan Amil Zakat Nasional Kota Bandung yang bertempat di Jl. Martanegara No.6, Turangga, Kec. Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40264.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma interpretatif. Paradigma interpretatif menekankan pada proses pemahaman dan penafsiran terhadap makna yang terkandung dalam tindakan, pengalaman, serta interaksi sosial individu maupun kelompok dalam konteks tertentu. Paradigma ini didasarkan pada pandangan bahwa realitas sosial tidak bersifat tunggal dan objektif, melainkan terbentuk melalui pengalaman, pemahaman, serta interpretasi yang dimiliki oleh setiap individu terhadap lingkungan sosialnya.

Menurut John W. Creswell (2018), paradigma interpretatif berorientasi pada upaya memahami makna yang dibangun oleh individu terhadap berbagai fenomena sosial yang mereka alami. Paradigma ini menekankan upaya peneliti untuk memahami dunia sosial berdasarkan perspektif partisipan sehingga diperoleh pemahaman yang mendalam mengenai pengalaman, pandangan, dan makna yang mereka konstruksikan. Realitas sosial dipahami sebagai sesuatu yang bersifat subjektif dan dibentuk melalui proses interpretasi individu. Konsekuensinya, suatu fenomena dapat dimaknai secara berbeda oleh setiap individu. Perbedaan tersebut muncul karena adanya variasi pengalaman, latar belakang, nilai-nilai, serta sudut pandang yang memengaruhi cara individu memahami dan menafsirkan realitas sosial yang dihadapinya.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menggali makna, memahami

fenomena sosial secara mendalam, serta menelusuri dinamika yang terjadi di lapangan melalui interaksi langsung dengan informan penelitian.

Menurut Sugiyono (2019:9), penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti berperan sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna daripada generalisasi. Pendekatan ini cocok untuk mengkaji fenomena sosial seperti strategi kelembagaan dalam membangun kepercayaan publik terhadap lembaga zakat.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Metode ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena sosial yang terjadi di lapangan, yaitu strategi BAZNAS Kota Bandung dalam membangun kepercayaan muzakki melalui literasi zakat di era digital. Pendekatan deskriptif kualitatif memungkinkan peneliti memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai proses, aktivitas, pengalaman, serta makna yang dibangun oleh para informan terkait pelaksanaan strategi literasi zakat.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma interpretatif. Paradigma interpretatif merupakan paradigma penelitian yang berupaya memahami dan menafsirkan makna di balik tindakan, pengalaman, serta interaksi sosial yang dilakukan oleh individu atau kelompok dalam suatu konteks

tertentu. Paradigma ini berangkat dari asumsi bahwa realitas sosial tidak bersifat tunggal dan objektif, melainkan dibentuk melalui pengalaman, pemahaman, dan interpretasi manusia terhadap lingkungan sosialnya.

Creswell (2018) menjelaskan bahwa paradigma interpretatif berfokus pada upaya memahami makna yang dikonstruksi oleh individu terhadap suatu fenomena sosial. Peneliti berusaha masuk ke dalam dunia partisipan untuk memahami perspektif, pengalaman, dan pandangan mereka secara mendalam. Dalam paradigma ini, realitas dipandang bersifat subjektif dan dapat berbeda antara satu individu dengan individu lainnya.

Penelitian mengenai Strategi BAZNAS Kota Bandung dalam Membangun Kepercayaan Muzakki Melalui Literasi Zakat di Era Digital, paradigma interpretatif digunakan karena penelitian ini bertujuan memahami bagaimana para pengurus BAZNAS, staf pelaksana, dan muzakki memaknai strategi literasi zakat yang dilaksanakan oleh lembaga. Penelitian ini tidak hanya berfokus pada program atau kegiatan yang dilakukan BAZNAS, tetapi juga pada makna, persepsi, dan pengalaman yang muncul dari para informan terkait upaya membangun kepercayaan melalui literasi zakat.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menggali makna, memahami fenomena sosial secara mendalam, serta menelusuri dinamika yang terjadi di lapangan melalui interaksi langsung dengan informan penelitian.

Menurut Sugiyono (2019:9), penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti berperan sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna daripada generalisasi. Pendekatan ini cocok untuk mengkaji fenomena sosial seperti strategi kelembagaan dalam membangun kepercayaan publik terhadap lembaga zakat.

1.6.4 Jenis dan Sumber Data

1.6.4.1 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data kualitatif berupa narasi, pernyataan, dokumen, dan hasil wawancara yang menggambarkan fenomena sosial dan persepsi informan. Data kualitatif dipilih karena lebih mampu menangkap makna, nilai, dan interpretasi yang ada di balik tindakan sosial.

1.6.4.2 Sumber Data

Menurut Sugiyono (2019:225), sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data penelitian. Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data:

a) Data Primer

Data primer diperoleh langsung dari lapangan melalui wawancara mendalam dengan pengurus BAZNAS Kota Bandung, petugas layanan zakat, dan muzakki. Data ini digunakan untuk memahami persepsi,

strategi, dan pengalaman nyata informan terkait program literasi dan kepercayaan publik.

b) **Data Sekunder**

Data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen resmi BAZNAS, laporan tahunan, hasil audit, publikasi ilmiah, artikel media, dan situs resmi BAZNAS. Data ini berfungsi melengkapi dan memperkuat hasil temuan primer, serta memberikan konteks terhadap fenomena yang diteliti.

1.6.5 Penentuan Informan atau Unit Penelitian

1.6.5.1 Informan dan Unit Analisis

Istilah informan dalam penelitian kualitatif mengacu pada individu yang menjadi sumber utama informasi karena mereka mengetahui secara mendalam konteks sosial dan fenomena yang diteliti. Informan bukan sekadar “responden” sebagaimana dalam penelitian kuantitatif, tetapi berperan sebagai subjek pengetahuan yang memberikan data bermakna bagi peneliti.

Menurut Creswell (2018:214), informan dalam penelitian kualitatif adalah individu atau kelompok yang memiliki pengalaman langsung dengan fenomena yang diteliti dan bersedia memberikan informasi secara terbuka dan reflektif. Oleh karena itu, pemilihan informan harus mempertimbangkan relevansi, pengalaman, dan keterlibatan mereka dalam konteks penelitian.

Sementara menurut Sugiyono (2019:219), informan dalam penelitian kualitatif dipilih secara sengaja (*purposive*), bukan secara acak, dengan tujuan untuk memperoleh data yang mendalam, bukan data yang mewakili populasi secara statistik.

Pada konteks penelitian ini, unit analisis yang menjadi fokus adalah Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Bandung. Unit analisis ini dipilih karena merupakan lembaga resmi pemerintah non-struktural yang memiliki tanggung jawab dalam pengelolaan, penghimpunan, dan penyaluran zakat di wilayah Kota Bandung. Lembaga ini menjadi representasi penting dalam memahami bagaimana strategi literasi zakat di era digital diterapkan untuk membangun kepercayaan muzakki.

Informan dalam penelitian ini terdiri dari beberapa kelompok yang memiliki keterkaitan langsung dengan aktivitas dan strategi lembaga, yaitu:

- 1) Pimpinan atau Pengurus BAZNAS Kota Bandung, yang berperan dalam perumusan dan implementasi kebijakan strategis terkait literasi zakat.
- 2) Staf dan Petugas Layanan Zakat, yang terlibat langsung dalam pelaksanaan program literasi zakat dan publikasi laporan program.
- 3) Muzakki (pembayar zakat), sebagai penerima program/layanan lembaga dan pihak yang menilai terhadap BAZNAS.

1.6.5.2 Teknik Penentuan Informan

Teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan informan dengan pertimbangan atau kriteria tertentu sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Menurut Sugiyono (2019:219), *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, misalnya orang tersebut dianggap paling tahu dan memahami persoalan yang diteliti, memiliki waktu, serta bersedia memberikan informasi yang dibutuhkan peneliti.

Sedangkan Creswell (2018:185) menambahkan bahwa dalam penelitian kualitatif, pemilihan partisipan atau informan harus bersifat *purposeful*, yaitu berdasarkan pada kemampuan mereka untuk menjelaskan fenomena yang sedang dikaji secara mendalam dan detail.

Kriteria penentuan informan dalam penelitian ini ditetapkan sebagai berikut:

1) **Kriteria untuk pengurus/pimpinan BAZNAS Kota Bandung:**

- a) Terlibat dalam penyusunan strategi literasi zakat.
- b) Memiliki pengalaman minimal 1 tahun dalam struktur kepengurusan BAZNAS.
- c) Bersedia memberikan informasi dan data sesuai kebutuhan penelitian.

2) **Kriteria untuk staf/petugas layanan zakat:**

- a) Terlibat langsung dalam operasional pelayanan zakat dan edukasi muzakki.
- b) Memahami proses program literasi zakat.

3) **Kriteria untuk muzakki (pembayar zakat):**

- a) Pernah menyalurkan zakat melalui BAZNAS Kota Bandung minimal satu kali.
- b) Bersedia memberikan pendapat dan pengalaman mengenai program literasi zakat.

Teknik *purposive sampling* ini bersifat fleksibel jumlah informan tidak ditentukan sejak awal, melainkan berkembang sesuai dengan kebutuhan data di lapangan. Proses wawancara akan berlanjut hingga mencapai titik jenuh data (*data saturation*), yaitu ketika informasi yang diperoleh sudah berulang dan tidak ada lagi temuan baru yang signifikan.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Tujuan utama dari melakukan penelitian adalah mendapatkan data, oleh karenanya teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling penting dalam penelitian. Tanpa memahami teknik pengumpulan data, maka hasilnya penulis tidak akan mengumpulkan dan mendapatkan data yang memenuhi kriteria data yang telah ditetapkan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti diantaranya:

- a. Wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan pengurus BAZNAS Kota Bandung, petugas layanan zakat, dan muzakki (pemberi zakat) untuk menggali informasi terkait strategi literasi zakat di era digital.
- b. Observasi langsung terhadap kegiatan literasi zakat, serta proses pelaporan dan publikasi yang dilakukan BAZNAS.
- c. Dokumentasi dan studi literatur, meliputi data tertulis seperti laporan tahunan BAZNAS, dokumen kebijakan, artikel ilmiah, serta media publikasi resmi yang menjelaskan upaya lembaga dalam meningkatkan kepercayaan public.

1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Peneliti dalam penelitian kualitatif berperan menjadi instrumen utama pengumpul dan pengolah data, sehingga keabsahan data harus dijaga dengan ketat agar hasil penelitian tidak bias dan dapat dipercaya (*trustworthy*). Tujuan utama uji keabsahan data adalah memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar menggambarkan realitas lapangan sebagaimana adanya, bukan hasil konstruksi subjektif peneliti.

Menurut Sugiyono (2019:273), terdapat empat kriteria utama dalam uji keabsahan data kualitatif, yaitu kredibilitas (*credibility*), transferabilitas (*transferAbility*), dependabilitas (*dependAbility*), dan konfirmabilitas (*confirmAbility*). Keempatnya digunakan sebagai pedoman dalam penelitian ini untuk menjaga validitas dan reliabilitas temuan.

a. Uji Kredibilitas (*Credibility*)

Uji kredibilitas bertujuan memastikan kebenaran data atau informasi yang dikumpulkan dari lapangan. Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan beberapa tahapan sebagai berikut:

- 1) Triangulasi, yaitu membandingkan data dari berbagai sumber, metode, dan waktu.
 - a) *Triangulasi sumber*: membandingkan hasil wawancara antara pengurus, petugas, dan muzakki.
 - b) *Triangulasi metode*: membandingkan data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi.
 - c) *Triangulasi waktu*: melakukan wawancara dalam waktu berbeda untuk memastikan konsistensi jawaban.
- 2) *Member check*, yaitu mengonfirmasi kembali hasil wawancara atau interpretasi data kepada informan agar sesuai dengan makna yang dimaksud.
- 3) Perpanjangan keikutsertaan peneliti (*prolonged engagement*) di lapangan agar peneliti memahami konteks sosial secara utuh.
- 4) Diskusi sejawat (*peer debriefing*) dengan pembimbing atau rekan sejawat untuk memperoleh masukan atas hasil analisis data.

b. Uji Transferabilitas (*TransferAbility*)

Uji transferabilitas berkaitan dengan sejauh mana hasil penelitian dapat diterapkan pada konteks lain yang serupa. Peneliti menjelaskan konteks penelitian secara rinci, termasuk lokasi, waktu, karakteristik informan, dan prosedur penelitian agar pembaca dapat menilai kemungkinan penerapan hasil di situasi lain.

c. Uji Dependabilitas (*DependAbility*)

Uji dependabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa proses penelitian dilakukan secara konsisten. Peneliti dalam hal ini mendokumentasikan seluruh tahapan penelitian (proposal, wawancara, catatan lapangan, transkrip, dan hasil analisis) agar dapat diaudit oleh pihak lain, misalnya dosen pembimbing.

d. Uji Konfirmabilitas (*ConfirmAbility*)

Uji ini bertujuan menjamin bahwa data yang diperoleh benar-benar berasal dari informan, bukan hasil konstruksi peneliti semata. Peneliti menjaga objektivitas dengan cara menyimpan rekaman wawancara, catatan lapangan, dan dokumen pendukung sebagai bukti keterlacakan (*audit trail*).

1.6.8 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasi, mengkategorikan, dan menafsirkan data agar menghasilkan pemahaman yang bermakna terhadap

fenomena yang diteliti. Analisis dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak awal pengumpulan data dan terus berlanjut hingga penarikan kesimpulan akhir.

Menurut Miles dan Huberman (1994) dalam Sugiyono (2019:246), analisis data kualitatif melibatkan tiga komponen utama yang berlangsung secara interaktif dan simultan, yaitu reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan serta verifikasi (*conclusion drawing/verification*).

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data berarti menyeleksi, memfokuskan, menyederhanakan, dan mengorganisasikan data mentah agar menjadi lebih bermakna. Pada penelitian ini, peneliti menyeleksi data berdasarkan fokus utama, yaitu strategi BAZNAS Kota Bandung dalam membangun kepercayaan muzakki melalui literasi zakat di era digital.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data bertujuan untuk menampilkan hasil reduksi dalam bentuk yang sistematis agar mudah dipahami dan dianalisis lebih lanjut. Penyajian dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif yang menjelaskan hasil wawancara dan observasi lapangan.

Creswell (2018:197) menjelaskan bahwa penyajian data dalam kualitatif harus memberikan *thick description* uraian yang kaya dan mendalam agar pembaca dapat merasakan konteks sosial sebagaimana dialami informan.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verification*)

Penarikan kesimpulan adalah tahap akhir analisis yang bertujuan menemukan makna dari keseluruhan data yang telah disajikan. Kesimpulan awal bersifat sementara dan terus diverifikasi melalui pencocokan ulang dengan data lapangan hingga diperoleh hasil yang benar-benar kuat.

1.6.9 Lokasi dan Rencana Jadwal penelitian

1.6.9.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Bandung, yang beralamat di Jl. Martanegara No. 6, Kelurahan Turangga, Kecamatan Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40264.

Alasan pemilihan lokasi ini adalah:

- 1) BAZNAS Kota Bandung merupakan lembaga amil zakat resmi di bawah pemerintah daerah yang memiliki peran strategis dalam pengelolaan zakat di wilayah urban.
- 2) Lembaga ini aktif menerapkan sistem digital dan program literasi zakat publik, sehingga relevan dengan tema penelitian.
- 3) Kota Bandung memiliki karakteristik masyarakat perkotaan yang heterogen, dengan tingkat partisipasi dan kepercayaan terhadap lembaga zakat yang bervariasi, menjadikannya lokasi ideal untuk studi kasus kelembagaan.

1.6.9.1 Rencana Jadwal Penelitian

No.	Tahapan Kegiatan	Waktu Pelaksanaan	Keterangan
1	Penyusunan proposal dan pengajuan izin penelitian	Desember 2025	Meliputi revisi proposal, konsultasi pembimbing, dan pengurusan surat izin ke BAZNAS Kota Bandung
2	Studi pendahuluan dan observasi awal	Januari 2026	Melakukan kunjungan awal ke BAZNAS, identifikasi informan, dan pemetaan kegiatan lembaga
3	Pengumpulan data lapangan (wawancara, observasi, dokumentasi)	Februari–Maret 2026	Tahap inti penelitian kualitatif, meliputi wawancara mendalam dengan pengurus dan muzakki
4	Analisis data dan validasi hasil (triangulasi & member check)	April 2026	Reduksi dan verifikasi data untuk memperoleh kesimpulan sementara
5	Penyusunan laporan hasil penelitian dan konsultasi akhir	Mei 2026	Penyusunan Bab III–IV, konsultasi akhir dengan pembimbing, serta persiapan ujian skripsi

Tabel 1. 1 Rencana Jadwal Penelitian