

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Zakat, infak dan sedekah merupakan suatu ibadah yang tidak hanya bersifat vertikal atau bentuk ketaatan kepada Allah SWT saja, akan tetapi juga merupakan bentuk ibadah yang bersifat horizontal atau hubungan sosial kemanusiaan. Zakat, infak dan sedekah memiliki peran yang besar dalam tumbuh kembang ekonomi masyarakat terkhusus umat islam. Pada zaman Rasulullah SAW, zakat, infak dan sedekah dikelola dengan baik oleh negara dan didistribusikan secara merata kepada yang berhak. Zakat merupakan pondasi agama Islam, selain merupakan kewajiban mutlak bagi seorang muslim, disadari secara penuh juga bahwa zakat merupakan instrumen kunci dalam menumbuhkan dan meningkatkan perekonomian umat, dengan peran besarnya yang mampu menjadi alat distribusi kesejahteraan umat. Dalam sejarahnya praktek zakat sudah dilakukan sebelum zaman Rasulullah Muhammad SAW, lalu pada masa Rasul Muhammad SAW praktek pengelolaan zakat mendapat bentuk yang lebih baik khususnya ketika zakat yang diwajibkan pada masa-masa Rasul di Madinah, dimana nishab dan besarnya sudah ditentukan, orang yang mengumpulkan dan membagikannya sudah diatur, dan negara bertanggung jawab mengelolaknya<sup>1</sup>

Zakat, infak dan sedekah jika dikelola dengan baik, maka akan mampu mensejahterakan ekonomi masyarakat. Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, juga dikenal sebagai bangsa yang paling dermawan (Charities Aid Foundation, 2018) dan negara dengan tingkat kesukarelawan tertinggi di dunia (Legatum Institute, 2019).<sup>2</sup> Hal ini menegaskan bahwa Indonesia memiliki potensi besar dalam bersama-sama mengentaskan kemiskinan. Zakat, infak

---

<sup>1</sup> Siti Nurhasanah, 'Maksimalisasi Potensi Zakat Melalui Peningkatan Kesadaran Masyarakat Siti Nurhasanah', *JEBI - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3.2 (2018).

<sup>2</sup> Ghani Nurcahyadi, 'Membangun Rasa Peduli Dan Kebaikan Virtual Lewat AyoBantuin.Com', *M.Mediaindonesia.Com*, 2022 <[https://m.mediaindonesia.com/infografis/detail\\_infografis/390448-membangun-rasa-peduli-dan-kebaikan-virtual-lewat-ayobantuincom](https://m.mediaindonesia.com/infografis/detail_infografis/390448-membangun-rasa-peduli-dan-kebaikan-virtual-lewat-ayobantuincom)> [accessed 21 February 2022].

dan sedekah sebagai salah satu rukun Islam, mengartikulasikan aspirasi tersebut dan terbukti berhasil dalam memberikan kesejahteraan kepada yang miskin.<sup>3</sup> Berdasarkan hasil studi yang dilakukan oleh Puskas BAZNAS mengatakan bahwa potensi zakat di Indonesia mencapai Rp. 317 Triliun namun realisasinya baru terkumpul sebesar Rp. 17 Triliun saja.<sup>4</sup> Provinsi Jawa Barat juga memiliki potensi yang besar terkait zakat, infak dan sedekah. Menurut Bapak Ridwan Kamil selaku Gubernur Jawa Barat mengatakan bahwa Potensi zakat di Jawa Barat mencapai angka Rp. 30 triliun namun realisasi penghimpunan pada tahun 2021 hanya mencapai angka Rp. 726 Miliar.<sup>5</sup> Hal ini tentu perlu ada upaya yang serius dari BAZNAS Provinsi Jawa Barat untuk mengatasi masalah ketimpangan antara potensi dan realisasi dana zakat, infak dan sedekah. Data penghimpunan dan jumlah muzakki di Provinsi Jawa Barat dari tahun 2015-2019 bisa dilihat pada gambar 1.1 berikut: <sup>6</sup>



Gambar 1. 1 Penghimpunan Dana ZIS, Jumlah Muzakki dan Rasio Penghimpunan Dana ZIS di BAZNAS Provinsi Jawa Barat (2020)

Sumber : Laporan Pengelolaan Zakat Baznas Provinsi Jawa Barat 2015 – 2020

Berdasarkan gambar 1.1 di atas, pengumpulan dana zakat, infak dan sedekah setiap tahunnya mengalami peningkatan, akan tetapi realisasi

<sup>3</sup> Outlook Zakat Nasional 2022

<sup>4</sup> M Iqbal Al. Mahmudi, 'Potensi Zakat Indonesia', *Mediaindonesia.Com*, 2022 <<https://mediaindonesia.com/humaniora/483062/potens>> [accessed 21 June 2022].

<sup>5</sup> Agung Bakti Sarasa, 'Potensi Capai Rp30 Triliun, Baznas Jabar Targetkan Himpun Dana Zakat Rp1,6 T Di 2022', *Idxchannel.Com*, 2022 <<https://www.idxchannel.com/syariah/potensi-capai-rp30-triliun-baznas-jabar-targetkan-himpun-dana-zakat-rp16-t-di-2022/2>> [accessed 21 June 2022].

<sup>6</sup> BAZNAS Provinsi Jawa Barat, *Laporan Pengelolaan Zakat BAZNAS Provinsi Jawa Barat 2015 - 2020* (Bandung: BAZNAS Provinsi Jawa Barat, 2020).

penghimpunan masih jauh dari target dan potensi yang ada. oleh karena itu, BAZNAS provinsi Jawa Barat perlu melakukan strategi penghimpunan dana zakat, infak dan sedekah dengan berbagai strategi yang terus dilakukan dengan maksimal. Adapun strategi yang dilakukan BAZNAS Provinsi Jawa Barat dalam menyikapi masalah kesenjangan antara potensi dan realisasi zakat, infak dan sedekah ini yaitu dengan cara menganalisis minat masyarakat. Rendahnya minat masyarakat dalam menyalurkan dana zakat, infak dan sedekah melalui BAZNAS Provinsi Jawa barat dikarenakan tingkat literasi masyarakat terhadap pengelolaan zakat profesional masih rendah. Hal ini dibuktikan dengan studi yang telah dilakukan oleh Puskas BAZNAS pada tahun 2020 yang menunjukkan bahwa masih terdapat masyarakat yang belum mengerti dan memahami tentang pentingnya melakukan pembayaran zakat, infak dan sedekah di lembaga resmi dimana masih terdapat perputaran dana zakat sebesar lebih dari 30 triliun rupiah di luar lembaga zakat atau non-administratif.<sup>7</sup>

Literasi zakat berpengaruh positif terhadap minat muzaki dalam berdonasi ke lembaga amil zakat. Oleh karena itu, strategi yang dapat ditempuh untuk meningkatkan pengumpulan zakat adalah dengan meningkatkan kesadaran publik. Upaya tersebut dapat dilakukan oleh lembaga pengelola zakat melalui sosialisasi, edukasi dan kampanye zakat untuk membangun *brand image* dan *brand awareness* mengenai zakat.<sup>8</sup> Sosialisasi berkelanjutan dan pendidikan publik mengenai konsep zakat sangat penting karena dua hal tersebut menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang untuk membayar zakat melalui lembaga zakat.<sup>9</sup>

Selain upaya peningkatan minat masyarakat, Transparansi pengelolaan dana zakat, infak dan sedekah juga merupakan faktor penting dalam

---

<sup>7</sup> Pusat Kajian Strategis - Badan Amil Zakat Nasional, *Outlook Zakat Indonesia 2022* (Jakarta: Puskas BAZNAS, 2022). Hal. 24

<sup>8</sup> Dwi Istikhomah and Asrori, 'Pengaruh Literasi Terhadap Kepercayaan Muzaki Pada Lembaga Pengelola Zakat Dengan Akuntabilitas Dan Transparansi Sebagai Variabel Intervening', *EEJB (Economic Education Analysis Journal)*, 8.1 (2019), 95–109.

<sup>9</sup> Irfan Syauqi Beik and Izzatul Mabniyyah Alhasanah, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Partisipasi Dan Pemilihan Tempat Berzakat Dan Berinfak', *Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 2.1 (2012), 64–75.

meningkatkan kesadaran wajib zakat, infak dan sedekah bagi masyarakat karena pengelolaan zakat yang transparan dan akuntabel yang bisa diaudit oleh akuntan publik ataupun lembaga-lembaga audit resmi dari pemerintah, selanjutnya akan dipublikasikan dan dapat diakses masyarakat dengan mudah. Ini merupakan bagian daripada transparansi dan akuntabilitas pengelola zakat kepada masyarakat agar semua orang senang dan percaya kepada semua lembaga pengelola zakat.<sup>10</sup> transparansi pada lembaga amil zakat memiliki pengaruh yang positif terhadap tingkat kepercayaan muzakki. Semakin transparan lembaga amil zakat dalam mengelola keuangan dan zakat, maka muzakki semakin yakin untuk memberikan dananya yang kemudian disalurkan kepada mustahik.<sup>11</sup>

BAZNAS Provinsi Jawa Barat juga melakukan inovasi terhadap penghimpunan dana zakat, infak dan sedekah melalui platform digital. Hasil studi dari SMERU Research Institute menunjukkan bahwa pertumbuhan pengguna internet di Indonesia mengalami kenaikan yang signifikan. Hal ini tercatat selama satu dekade lebih terjadi kenaikan sebesar 63.47 persen penduduk Indonesia yang menggunakan internet. Peningkatan penggunaan internet ini juga berpengaruh terhadap cara berdonasi masyarakat baik untuk pembayaran, zakat, infak maupun sedekah. Hasil survei yang dilakukan oleh salah satu e-wallet terbesar di Indonesia menemukan bahwa cara berdonasi sebelum dan sejak pandemi COVID-19 mengalami perubahan yang cukup signifikan. Hasil survei menunjukkan jika cara berdonasi melalui kanal digital mengalami kenaikan sebesar 9 persen dan cara berdonasi secara non-digital mengalami penurunan sebesar 10 persen. Adapun rata rata kenaikan donasi secara digital naik sebesar 72 persen.<sup>12</sup>

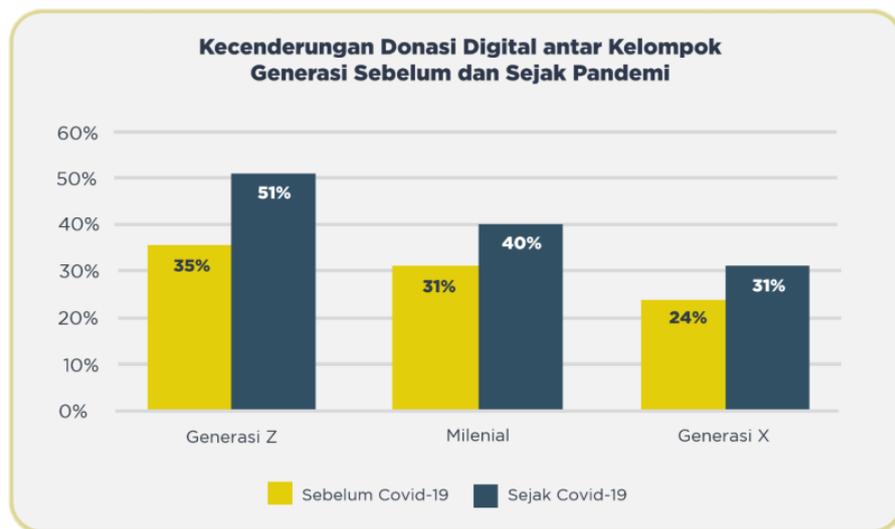
---

<sup>10</sup> Emmy Hamidiyah and others, *Sejarah Perjalanan Kebangkitan Zakat*, 1st edn (Jakarta: Puskas BAZNAS, 2020). Hal. 104

<sup>11</sup> Mochammad Ilyas Junjuran, M Maulana Asegaf, and Moh Takwil, 'Pengaruh Transparansi, Akuntabilitas, Dan IGCG Terhadap Tingkat Kepercayaan Muzakkidi Lembaga Amil Zakat Dompot Amanah Umat', *Jurnal AKuntansi Integratif*, 6.2 (2020), 112–25.

<sup>12</sup> Pusat Kajian Strategis - Badan Amil Zakat Nasional, *Outlook Zakat Indonesia 2022* (Jakarta: Puskas BAZNAS, 2022). Hal. 128

Gambaran masyarakat dalam berdonasi menggunakan platform digital bisa dilihat pada gambar 1.2 berikut:



Gambar 1. 2 Kecenderungan Donasi Digital antar Kelompok Generasi Sebelum dan Sejak Pandemi  
Sumber : Outlook Zakat Indonesia (2022)

Dari gambar 1.2 di atas dapat dilihat bahwa kecenderungan masyarakat dalam melakukan donasi secara digital sejak pandemi COVID-19 meningkat cukup signifikan di semua kelompok masyarakat baik itu generasi Z, dan juga X. Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa terdapat kenaikan donasi melalui kanal digital sebesar 16 persen untuk generasi Z, kenaikan sebesar 9 persen untuk generasi Milenial, dan kenaikan sebesar 7 persen di kalangan generasi X. Oleh karena itu, data-data tersebut mengindikasikan bahwa selama pandemi COVID-19 kecenderungan donasi melalui kanal digital mengalami kenaikan di semua kelompok masyarakat. Oleh karena itu, sebagai lembaga yang mengelola donasi publik, lembaga zakat harus segera merespon dengan cepat tren yang sedang terjadi saat ini yakni tren donasi melalui kanal digital yang mengalami kenaikan yang cukup signifikan sejak pandemi COVID-19 dengan melakukan berbagai transformasi digitalisasi dalam pengelolaan zakat.<sup>13</sup>

<sup>13</sup> *Ibid* Hal. 129

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan kajian dan penelitian terkait pengaruh minat masyarakat, transparansi pengelolaan lembaga amil zakat, dan platform digital terhadap kewajiban membayar zakat, infak dan sedekah di BAZNAS Provinsi Jawa Barat.

Potensi perekrutan muzakki dan munfiq di Jawa Barat sangat besar, mengingat potensi muzakki dan munfiq di Jawa Barat mencapai 32.442.319 Jiwa.<sup>14</sup> Namun pada kenyataannya jumlah muzakki dan munfiq di BAZNAS Provinsi Jawa Barat baru mencapai angka 15.932 muzakki.<sup>15</sup> Hal ini masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan potensi muzakki dan munfiq di Jawa Barat. Untuk mengantisipasi hal tersebut, BAZNAS Provinsi Jawa Barat perlu mengatur kembali faktor-faktor internal yang dapat dikontrol oleh lembaga. Hal ini bisa dilakukan dengan melakukan analisis minat masyarakat, transparansi pengelolaan lembaga, serta pemaksimalan platform digital zakat, infak dan sedekah.

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan di atas, pada penelitian ini masyarakat Jawa Barat dijadikan sebagai objek penelitian khususnya yang beragama Islam dan telah memenuhi syarat untuk membayar zakat, infak maupun sedekah di lembaga amil zakat BAZNAS Provinsi Jawa Barat sebagai lembaga resmi yang dibentuk oleh Pemerintah secara langsung untuk menyelenggarakan kegiatan dibidang zakat infak dan sedekah.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh minat masyarakat terhadap kewajiban membayar zakat, infak dan sedekah di BAZNAS Provinsi Jawa Barat
2. Bagaimana pengaruh transparansi pengelolaan lembaga amil zakat terhadap kewajiban membayar zakat, infak dan sedekah di BAZNAS Provinsi Jawa Barat

---

<sup>14</sup> Dimas Riyandi, 'Terbanyak Di Jabar, Potensi Pembayar Zakat Di Jawa Tembus 83 Juta Jiwa', *Jawapos.Com*, 2020. Di akses pada Bulan Juni 2022.

<sup>15</sup> Tim Penyusun BAZNAS Jabar, 'BAZNAS Jabar Profil 2021' (Jawa Barat, 2021).

3. Bagaimana pengaruh platform digital terhadap kewajiban membayar zakat, infak dan sedekah di BAZNAS Provinsi Jawa Barat.
4. Bagaimana pengaruh minat masyarakat, transparansi pengelolaan lembaga amil zakat dan platform digital terhadap kewajiban membayar zakat, infak dan sedekah di BAZNAS Provinsi Jawa Barat

### **C. Manfaat Hasil Penelitian**

Manfaat atau kegunaan yang dapat diperoleh dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

#### **1. Manfaat Teoritis**

##### **a. Akademisi**

Diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan di bidang pengelolaan lembaga amil zakat khususnya mengenai analisis minat masyarakat, transparansi pengelolaan lembaga amil zakat dan platform digital terhadap kewajiban membayar zakat, infak dan sedekah di BAZNAS Provinsi Jawa Barat.

##### **b. Peneliti**

Diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan di bidang ekonomi dan lembaga amil zakat khususnya BAZNAS, serta ajang ilmiah untuk menerapkan berbagai teori yang didapatkan di bangku perkuliahan.

#### **2. Manfaat Praktis**

##### **a. Lembaga Amil Zakat, Infak dan Sedekah**

Dari hasil penelitian ini, dapat digunakan sebagai masukan kepada BAZNAS Provinsi Jawa Barat untuk menentukan langkah strategis untuk mengoptimalkan penghimpunan dana zakat, infak dan sedekah.

##### **b. Masyarakat**

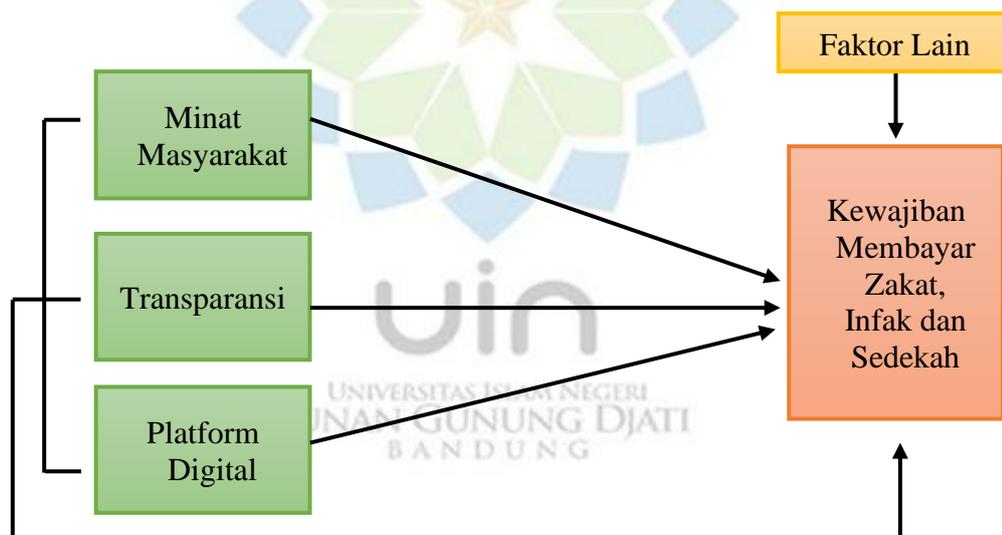
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan informasi kepada masyarakat ketika hendak menyalurkan dana zakat, infak dan sedekah di BAZNAS Provinsi Jawa Barat.

#### D. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir merupakan suatu bentuk yang mencerminkan bagaimana korelasi antara variabel yang diteliti dengan teori-teori yang digunakan dalam penelitian, selain itu kerangka berfikir akan mengaitkan atau menghubungkan secara teoritis antara variabel dependent dengan variabel independent.

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.<sup>16</sup>

Secara teoretis hubungan antar variabel yang akan diteliti dijelaskan di dalam kerangka pemikiran. Adapun kerangka pemikiran penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1.3 sebagai berikut:



Gambar 1. 3 Kerangka Berfikir  
Sumber: Kerangka Berfikir (2022)

#### E. Hipotesis

Hipotesis yaitu jawaban dari rumusan masalah yang bersifat sementara, karena jawaban tersebut berdasarkan kajian teori sebelum dilakukan uji fakta

<sup>16</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018).

berdasarkan data yang terkumpul.<sup>17</sup> Hipotesis yang didapat dari rumusan masalah di atas yaitu sebagai berikut;

1. H1 : Minat masyarakat berpengaruh secara parsial terhadap kewajiban membayar zakat, infak dan sedekah di BAZNAS Provinsi Jawa Barat
2. H2 : Transparansi pengelolaan lembaga amil zakat berpengaruh secara parsial terhadap kewajiban membayar zakat, infak dan sedekah di BAZNAS Provinsi Jawa Barat
3. H3 : Platform Digital berpengaruh secara parsial terhadap kewajiban membayar zakat, infak dan sedekah di BAZNAS Provinsi Jawa Barat.
4. H4 : Minat Masyarakat, Transparansi Pengelolaan Lembaga Amil Zakat dan Platform Digital berpengaruh secara simultan terhadap kewajiban membayar zakat, infak dan sedekah di BAZNAS Provinsi Jawa Barat

#### **F. Penelitian Terdahulu**

Penelitian ini tidak luput dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu dengan tujuan sebagai bahan perbandingan dan juga untuk membantu melakukan kajian lebih dalam mengenai teori dan variabel yang digunakan.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Basrowi dan Utami (2020)<sup>18</sup> yang berjudul “pemanfaatan Teknologi dalam Peningkatan Penerimaan Zakat, Jumlah Muzaki dan Pengurangan Risiko Zakat” Didapatkan hasil bahwa: “*Financial Technology* bisa dilakukan untuk meningkatkan jumlah muzakki dan jumlah pendapatan dana zakat serta bisa mengurangi risiko”

Kesamaan penelitian di atas dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu terletak pada kesamaan menggunakan variabel penggunaan teknologi sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada variabel Risiko Zakat

---

<sup>17</sup> Surahman, Mochammad Rachmat, and Sudibyo Supardi, *Metodologi Penelitian*, Pertama (Jakarta Selatan: Kementerian Kesehatan RI, 2016).

<sup>18</sup> Basrowi and Pertiwi Utami, ‘Pemanfaatan Teknologi Dalam Peningkatan Penerimaan Zakat , Jumlah’, *Al-Urban*, 4.1 (2020), 101–14 <<https://doi.org/10.22236/alurban>>.

karena penulis tidak menjadikan variabel tersebut sebagai variabel penelitian pada penelitian yang dilaksanakan.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Sahroni (2021)<sup>19</sup> dengan judul “Transparansi Pengelolaan dalam Kecenderungan Pilihan Berzakat ke Lembaga Pengelola Zakat” Hasil dari penelitiannya yaitu: “Faktor-faktor yang menjadi alasan muzakki untuk menunaikan zakat melalui lembaga resmi yaitu kualitas pelayanan dan transparansi”

Kesamaan penelitian di atas dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu variabel transparansi dijadikan satu variabel penelitian dalam pengelolaan zakat sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada variabel kualitas pelayanan yakni penulis tidak menggunakan variabel tersebut untuk melakukan penelitian.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Azizah dkk (2021)<sup>20</sup> dengan judul “Pengaruh *Brand Awareness*, Transparansi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Penyaluran Dana ZIS pada Platform kitabisa.com” didapatkan hasil bahwa “variabel BA dan Transparansi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan membayar ZIS”. Hasil penelitiannya yaitu variabel brand awareness, transparansi dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial dan simultan terhadap keputusan masyarakat menyalurkan ZIS melalui crowdfunding Kitabisa.com.

Kesamaan pada penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu penggunaan variabel transparansi dan perbedaannya yaitu pada penggunaan variabel Brand awareness sebagai variabel bebas tidak digunakan oleh penelitian yang dilakukan oleh penulis.

---

<sup>19</sup> Abdul Hafiz Sahroni, ‘Transparansi Pengelolaan Dalam Kecenderungan Pilihan Berzakat Ke Lembaga Pengelola Zakat’, *Al-Tsaman: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 2.1 (2019), 145–59.

<sup>20</sup> Nur Azizah, Sahlan Hasbi, and Fitri Yetty, ‘Pengaruh Brand Awareness , Transparansi , Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menyalurkan ZIS Di KITABISA.COM’, *Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 06.02 (2021), 112–25.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Nirmalasari dkk (2021)<sup>21</sup> dengan judul “Platform Digital sebagai cara Alternatif bertahan di masa Pandemi” hasil yang didapatkan dari penelitian tersebut yaitu “ whatsapp sebagai salah satu platform penjualan yang digunakan sebagai alternatif Agro Store”. Hasil penelitiannya yaitu platform digital Whatsapp merupakan alternatif platform bagi Agro Store untuk menjual produk sayur dan buah secara online;

Kesamaan penelitian di atas dengan penelitian penulis yaitu sama-sama menggunakan variabel platform digital sebagai variabel penelitian sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitiannya. objek penelitian penulis yaitu BAZNAS Jawa Barat.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Mauludin dan Herianingrum(2022)<sup>22</sup> dengan judul “The Influence of Digital Zakat on Zakat Collection and Performance of Amil Zakat Institutions Pengaruh Digital Zakat terhadap Penghimpunan Zakat dan Kinerja Lembaga” didapatkan hasil bahwa digital zakat memberikan pengaruh yang positif signifikan terhadap penghimpunan zakat.

Kesamaan penelitian yang dilakukan oleh Mauludin dan Herianingrum dengan penelitian penulis yaitu sama-sama menggunakan variabel Platform Digital dan Perbedaannya terletak pada jumlah variabel bebas penelitiannya, Mauludin dan Herianingrum tidak menggunakan variabel transparansi dan minat masyarakat dalam penelitiannya.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Afandi dan Putra (2020)<sup>23</sup> yang berjudul “Pengembangan Kinerja UKM: Penggunaan Platform Digital dengan

---

<sup>21</sup> Damara Dinda Nirmalasari Z and Lasmono Tri Sunaryanto, ‘Platform Digital Sebagai Alternatif Bertahan Di Era Pandemi Covid-19 Bagi Pelaku Bisnis Pertanian Digital Platform as an Alternative to Survive in The Era Of Pandemic Covid-19 for Agricultural Businesses’, *Mimbar Agribisnis*, 7.1 (2021), 848–62.

<sup>22</sup> Muhammad Raihan Mauludin and Sri Herianingrum, ‘The Influence of Digital Zakat on Zakat Collection and Performance of Amil Zakat Institutions Pengaruh Digital Zakat Terhadap Penghimpunan Zakat Dan Kinerja Lembaga’, *Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9.1 (2022), 47–58 <<https://doi.org/10.20473/vol9iss20221pp47-58>>.

<sup>23</sup> Dian Rachmawati Afandi and Maha Putra, ‘Pengembangan Kinerja UKM: Penggunaan Platform Digital Dengan Kemampuan Jaringan Dan Ambidexterity’, *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22.02 (2020), 93 <<https://doi.org/10.33370/jpw.v22i02.432>>.

Kemampuan Jaringan dan Ambidexterity” didapatkan hasil bahwa Platform Digital berpengaruh positif terhadap Kinerja UKM di Kampung Kukun sebesar 0,254.

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu sama-sama menggunakan variabel platform digital dan perbedaannya terletak pada variabel terikatnya. Variabel terikat yang dilakukan oleh penulis yaitu variabel kewajiban membayar zakat, infak dan sedekah di BAZNAS provinsi Jawa Barat.

7. Penelitian yang dilakukan oleh Junjunaan dkk (2020)<sup>24</sup> yang berjudul: “Pengaruh Transparansi, Akuntabilitas, Dan Igcc Terhadap Tingkat Kepercayaan Muzakkidi Lembaga Amil Zakat Dompot Amanah Umat” didapatkan hasil bahwa transparansi dan penerapan Islamic good corporate governance mampu mempengaruhi secara signifikan dan positif tingkat terhadap kepercayaan muzakki.

Kesamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan variabel transparansi sebagai variabel penelitian dan perbedaannya terletak pada variabel terikatnya, variabel terikat pada penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu kewajiban zakat, infak dan sedekah sedangkan Junjunaan dkk menggunakan variabel kepercayaan muzakki.

8. Penelitian yang dilakukan oleh Rusmini, dkk (2022)<sup>25</sup> yang berjudul; “Pengaruh Sharia Compliance Dan Transparansi Terhadap Pengelolaan Dana Zakat Di Baznas Kabupaten Jember Tahun 2021” didapatkan hasil bahwa Sharia compliance tidak berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan dana zakat, dengan nilai uji t sebesar  $0,371 > 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $0,904 < t_{tabel} 1,675$ , transparansi berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan dana zakat dengan signifikan sebesar yaitu  $0,371 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2,086 > t_{tabel} 1,675$ . Uji F menunjukkan Sharia compliance dan transparansi secara simultan

---

<sup>24</sup> Ilyas Junjunaan, Maulana Asegaf, and Takwil.

<sup>25</sup> Rusmini, Muhammad Syarofi, and Aprilia Sri Utami, ‘Pengaruh Sharia Compliance Dan Transparansi Terhadap Pengelolaan Dana Zakat Di Baznas Kabupaten Jember Tahun 2021’, *JEBI - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2 (2021), 1–13.

berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan dana zakat dengan nilai signifikan yaitu  $0,000 \leq 0,05$  dengan nilai  $F_{hitung} 10,197 > F_{tabel} 3,19$ .

Kesamaan penelitian ini yaitu terletak pada penggunaan variabel transparansi sebagai variabel penelitian dan perbedaannya yaitu terletak pada variabel-variabel lainnya yang digunakan dalam penelitian.

9. Penelitian yang dilakukan oleh Afrianti dan Trihantana (2015)<sup>26</sup> yang berjudul “Analisis Pendapatan Anggota Tni Ad Terhadap Pemenuhan Kewajiban Zakat, Infaq dan Shadaqah” mengatakan bahwa pendapatan TNI AD DENPAL B sangat besar pengaruhnya terhadap pemenuhan kewajiban zakat, infaq dan shadaqah. Hal ini terlihat dari hasil perhitungan korelasi diperoleh nilai  $r = 0,913\%$ , yang artinya ada pengaruh yang sangat tinggi antara pendapatan dengan pemenuhan kewajiban zakat, infaq dan shadaqah (final spending) pada TNI AD di KOREM GAPU Jambi.”

Kesamaan Penelitian ini yaitu terletak pada variabel terikatnya yaitu sama-sama menggunakan variabel kewajiban zakat, infak dan sedekah. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel bebasnya dimana penulis tidak menggunakan variabel pendapatan pada penelitian yang dilakukan.

10. Penelitian yang dilakukan oleh Alifio dan Prabowo (2020)<sup>27</sup> yang berjudul: “Pengaruh Prinsip Self Assessment terhadap Pemenuhan Kewajiban Zakat” diperoleh hasil bahwa secara parsial dan simultan terdapat pengaruh dari variabel prinsip *self assessment* terhadap pemenuhan kewajiban zakat. Hasil dari uji R<sup>2</sup>, variabel bebas berpengaruh sebesar 0,306 atau 30,6% terhadap variabel terikat. Sedangkan terdapat sisa sebesar 0,694 atau 69,4% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian.

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu terletak pada variabel kewajiban zakat dan perbedaannya

---

<sup>26</sup> Siska Afrianti and Rully Trihantana, ‘Analisis Pendapatan Anggota Tni Ad Terhadap Pemenuhan Kewajiban Zakat, Infaq Dan Shadaqah. Members of the Army Revenue Analysis of Compliance Obligations Zakat, Infaq and Sadaqah.’, *Jurnal Syarikah*, 1.1 (2015), 43–49.

<sup>27</sup> Muhammad Iqbal Alifio and Prayudi Setiawan Prabowo, ‘Pengaruh Prinsip Self Assessment Terhadap Pemenuhan Kewajiban Zakat’, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3.3 (2020), 198–209.

terletak pada variabel *Self Assasement* dimana penulis tidak menggunakan variabel tersebut dalam penelitian yang dilakukan.

## G. Definisi Operasional

Tabel 1 Definisi Operasional

Variabel Penelitian	Konsep Variabel Penelitian	Indikator Variabel Penelitian	Skala Variabel Penelitian
X1 : Minat Masyarakat	Minat merupakan sumber motivasi utama bagi setiap individu untuk melakukan sesuatu sesuai dengan keinginannya. <sup>28</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Keinginan yang timbul dalam diri individu</li> <li>▪ Kepedulian terhadap lingkungan sekitar</li> <li>▪ Berbagi kebahagiaan</li> <li>▪ Jati diri seorang muslim</li> </ul>	Skala ordinal
X2 : Transparansi	Transparansi merupakan pengontorlan yang tersistem dan dilakukan secara terbuka dengan melibatkan berbagai pihak baik dari pihak internal maupun pihak eksternal. <sup>29</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Proses Pelayanan Terbuka</li> <li>▪ Kemudahan dalam proses layanan</li> <li>▪ Prosedur yang mudah diakses dan jelas</li> </ul>	Skala Ordinal
X3 : Platform digital	Platform Digital merupakan teknologi sebagai wadah atau alat untuk bisa melakukan tindakan, kontrolling dan	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Manfaat penggunaan platform digital</li> <li>▪ Kemudahan bertransaksi dengan menggunakan</li> </ul>	Skala Ordinal

<sup>28</sup> Elizabeth B Hurlock, *Perkembangan Anak*, 2nd edn (Jakarta: Renika Cipta, 2004).

<sup>29</sup> Asminar, 'Pengaruh Pemahaman, Transparansi Dan Peran Pemerintah Terhadap Motivasi Dan Keputusan Membayar Zakat Pada Baznas Kota Binjai', *At-Tawassuth*, III (2017), 260–81.

	penyampaian informasi secara sama dan dengan skala yang lebih besar. <sup>30</sup>	platform digital	
Y : Kewajiban Zakat, Infak dan Sedekah	Zakat, merupakan sebuah kewajiban seorang muslim yang telah mencapai nishab atas harta benda yang dimilikinya. <sup>31</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kadar pemahaman zakat</li> <li>▪ Kepedulian sosial</li> <li>▪ Manfaat menunaikan zakat</li> <li>▪ Informasi yang mudah didapatkan</li> <li>▪ lokasi</li> </ul>	Skala Ordinal



<sup>30</sup> Afandi and Putra.

<sup>31</sup> Muliati and Rasyid Cheriah, 'Persepsi Masyarakat Terhadap Kesadaran Muzakki Dalam Membayar Zakat Di Kabupaten Pinrang', *Jurnal Syariah Dan Hukum*, 17 (2019), 128–50.