

Pengaruh Minat Masyarakat, Transparansi dan Platform Digital Terhadap Kewajiban Ziswaf di Jawa Barat

by Iwan Setiawan

Submission date: 26-Jun-2024 08:35AM (UTC+0700)

Submission ID: 2408725324

File name: 9_874-Article_Text-3686-1-10-20231229.pdf (715.63K)

Word count: 7749

Character count: 48214



Volume 7 Nomor 2, Desember 2023

DOI: <https://doi.org/10.37726/ee.v7i2.874>

8

Pengaruh Minat Masyarakat, Transparansi dan Platform Digital Terhadap Kewajiban Ziswaf di Jawa Barat

Maman Suryaman^{1*}, Mohammad Anton Athoillah², Ending Solehudin³, Iwan Setiawan⁴¹ Sekolah Tinggi Ekonomi Manajemen Bisnis Islam Bandung

Jl. Buah Batu No. 26 Bandung, Indonesia

^{2,3,4} UIN Sunan Gunung Djati Bandung

Jl. Cimencrang, Gedebage Bandung, Indonesia

^{*}mamansuryaman@stembi.ac.id²anton_athoillah@uinsgd.ac.id⁴endingsolehudin@uinsgd.ac.id³iwansetiawan@uinsgd.ac.id

ABSTRAK

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. Realisasi penghimpunan dana zakat, infak dan sedekah masih jauh jika dibandingkan dengan potensi dana zakat, infak dan sedekah di Jawa Barat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara minat masyarakat, transparansi dan platform digital terhadap kewajiban zakat, infak dan sedekah di Provinsi Jawa Barat. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif verifikatif dengan menggunakan minat masyarakat, transparansi dan platform digital sebagai variabel penelitian. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 124 orang yang diperoleh dengan teknik *non probability sampling* berupa *accidental sampling*. Analisis data dilakukan dengan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi pendukung yaitu SPSS for Windows versi 26.0. Hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Minat Masyarakat terhadap Kewajiban Zakat, Infak Dan Sedekah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,404 > 1,979$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Transparansi Pengelolaan Lembaga Amil Zakat terhadap Kewajiban Zakat, Infak Dan Sedekah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,253 > 1,979$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Platform Digital terhadap Kewajiban Zakat, Infak Dan Sedekah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($11,312 > 1,979$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sedangkan secara simultan minat masyarakat, transparansi dan platform digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kewajiban membayar Zakat, Infak dan sedekah. Hal ini dibuktikan dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $70,071 > 2,68$, artinya terdapat

EKSI BANK (Ekonomi Syariah dan Bisnis Perbankan), Volume 7, Nomor 2, Desember 2023

<https://journal.sties-purwakarta.ac.id/index.php/EKSISBANK/>

ISSN: 2654-8526 (Media Online) 2599-2708 (Media Cetak)

pengaruh yang signifikan antara Minat Masyarakat, Transparansi Pengelolaan Lembaga Amil Zakat dan Platform Digital terhadap Kewajiban Membayar Zakat, Infak dan Sedekah. Selanjutnya nilai R square atau Koefisien Determinasi memiliki nilai 0,626 yang artinya terdapat hubungan antara hubungan Minat Masyarakat, Transparansi dan Penggunaan Platform Digital Terhadap Kewajiban Membayar Zakat, Infak dan Sedekah sebagai variabel dependen sebesar 62,6% sedangkan 37,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Minat Masyarakat, Transparansi, Platform Digital dan Kewajiban Membayar Zakat, Infak dan Sedekah

ABSTRACT

Zakat, infaq and alms are a form of worship that is not only vertical or a form of obedience to Allah SWT, but also a form of worship that is horizontal or social humanitarian relations. The realization of the collection of zakat, infaq and sadaqah funds is still far away when compared to the potential of zakat, infaq and sadaqah funds in West Java. This study aims to determine the influence between public interest, transparency and digital platforms on the obligation of zakat, infaq and sadaqah in West Java Province. This study uses a verification descriptive method using public interest, transparency and digital platforms as research variables. The research was conducted with a quantitative approach with 125 respondents obtained by non-probability sampling technique in the form of accidental sampling. Data analysis was carried out by multiple linear regression analysis using supporting applications, namely SPSS for Windows version 26.0. The results of the study obtained the conclusion that partially there is a positive and significant influence between Public Interest on the Obligation of Zakat, Infaq and Sadaqah with the value of $t_{count} > t_{table}$ ($9.404 > 1.979$) with a significance value of 0.000 smaller than 0.05. Transparency of Management of Amil Zakat Institutions on the Obligation of Zakat, Infaq and Sadaqah with the value of $t_{count} > t_{table}$ ($9.253 > 1.979$) with a significance value of 0.000 smaller than 0.05. Digital Platform on the Obligation of Zakat, Infaq and Sadaqah with a $t_{count} > t_{table}$ value ($11.312 > 1.979$) with a significance value of 0.000 smaller than 0.05. While simultaneously public interest, transparency and digital platforms have a significant influence on the obligation to pay Zakat, Infaq and alms. This is evidenced by $F_{count} > F_{tabel}$, namely $70.071 > 2.68$, meaning that there is a significant influence between Public Interest, Transparency of Management of Amil Zakat Institutions and Digital Platforms on the Obligation to Pay Zakat, Infaq and Sadaqah. Furthermore, the R square value or the Coefficient of Determination has a value of 0.626, which means that there is a relationship between the relationship between Public Interest, Transparency and the Use of Digital Platforms on the Obligation to Pay Zakat, Infaq and Sadaqah as the dependent variable of 62.6% while 37.4% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Public Interest, Transparency, Digital Platforms and Obligation to Pay Zakat, Infaq and Alms.

I. PENDAHULUAN

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 ummat 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 mengelolanya (Nurhasanah, 2018).

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). Hal ini menegaskan bahwa Indonesia memiliki potensi besar dalam bersamasama mengentaskan kemiskinan. Zakat, infak dan sedekah sebagai salah satu rukun Islam, mengartikulasikan aspirasi tersebut dan terbukti berhasil dalam memberikan kesejahteraan kepada yang miskin (Indonesia, 2021). Menurut (Bapak Noor achmad, 2022) selaku Ketua BAZNAS mengatakan bahwa potensi zakat di Indonesia mencapai Rp. 317 Triliun namun realisasinya baru terkumpul sebesar Rp. 17 Triliun saja. Sedangkan Provinsi Jawa Barat menurut Bapak Ridwan Kamil (2022) 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 Milyar. 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. (Rosana, 2022)

Berikut data penghimpunan dan jumlah muzakki di Provinsi Jawa Barat dari tahun 2015-2019.

Gambar 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 (Kajian Strategis - Badan Amil Zakat Nasional, 2022)

Berdasarkan gambar 1 di atas, pengumpulan dana zakat, infak dan sedekah setiap tahunnya mengalami peningkatan, akan tetapi realisasi 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 dalam (Kajian Strategis - Badan Amil Zakat Nasional, 2022) 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.

Menurut (Istikomah & Asrori, 2019) mengatakan bahwa 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. Selanjutnya menurut (Syauqi Beik & Alhasanah, 2012) mengatakan bahwa 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 resmi zakat.

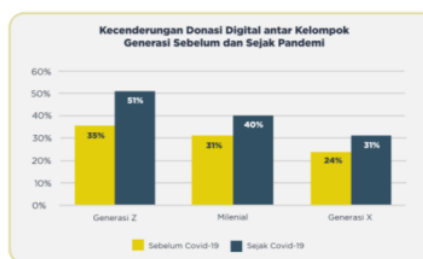
(Hamidiyah et al., 2020) mengatakan bahwa Selain upaya peningkatan minat masyarakat, Transparansi pengelolaan dana zakat, infak dan sedekah juga merupakan faktor penting dalam meningkatkan kesadaran wajib zakat, infak dan sedekah bagi masyarakat karena pengelolaan zakat yang transparan dan akuntabel yang bisa di audit oleh akuntan publik ataupun lembaga-lembaga audit resmi dari pemerintah dan dapat diakses masyarakat dengan mudah, ini juga merupakan bagian daripada transparansi dan akuntabilitas pengelola zakat kepada masyarakat agar semua orang senang dan percaya kepada semua lembaga pengelola zakat. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian (Ilyunjunan et al., 2020) yang menyatakan bahwa 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*.

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. (Kajian Strategis - Badan Amil Zakat Nasional, 2022)

Berikut merupakan gambaran masyarakat dalam berdonasi menggunakan platform digital:

Gambar 2
Kecenderungan Donasi Digital antar
Kelompok Generasi Sebelum dan Sejak
Pandemi



Sumber : Outlook Zakat Indonesia
(2022)

Dari gambar 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 , 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.

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

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Minat

Minat merupakan sumber motivasi utama bagi setiap individu untuk melakukan sesuatu sesuai dengan keinginannya. (Hurlock, 2004) pada dasarnya minat itu akan timbul akibat dari proses ketertarikan seseorang terhadap suatu objek yang ingin dia lakukan.

Minat adalah ketertarikan seseorang yang timbul pada dirinya sendiri terhadap salah satu aktivitas atau objek tertentu. (Slameto, 2010) Minat ini lahir atas dasar penerimaan diri terhadap objek tertentu sehingga besar kecilnya minat seseorang itu tergantung pada

penerimaan objek yang tertanam pada diri seseorang.

Definisi diatas dapat kita simpulkan, minat adalah perasaan yang mendorong seseorang dan berusaha keras untuk bisa mencapai apa yang dia inginkan. Sederhananya, minat itu berarti kecenderungan terhadap suatu keinginan (Syah, 2005). Allah SWT, berfirman dalam surat Al-Baqarah(2) Ayat 164 yaitu:

“إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمٰوٰتِ وَالْاَرْضِ وَاخْتِلَافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ وَالْفُلْكِ الَّتِي تَجْرِي فِي الْبَحْرِ بِمَا يَنْفَع النَّاسَ وَمَا أَنْزَلَ اللَّهُ مِنَ السَّمَاءِ مِنْ مَّاءٍ فَأَحْيَا بِهِ الْاَرْضَ بَعْدَ مَوْتِهَا وَبَثَّ فِيهَا مِنْ كُلِّ دَآبَّةٍ ۗ وَتَصْرِيفِ الرِّيْحِ وَالسَّحَابِ الْمُسَخَّرِ بَيْنَ السَّمَاءِ وَالْاَرْضِ لَآيٰتٍ لِّقَوْمٍ يَعْقِلُوْنَ ۝۱۶۴”

18

“*Sesungguhnya pada penciptaan langit dan bumi, pergantian malam dan siang bahtera yang berlayar di laut dengan (muatan) yang bermanfaat bagi manusia, apa yang Allah turunkan dari langit berupa air, lalu dengannya Dia menghidupkan bumi setelah mati (kering), dan Dia menebarkan di dalamnya semua jenis hewan, dan pengisaran angin dan awan yang dikendalikan antara langit dan bumi, (semua itu) sungguh merupakan tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi kaum yang mengerti.*”

Ayat di atas yaitu menjelaskan tentang perintah Allah swt kepada manusia agar memaksimalkan potensi yang dimilikinya berupa akal untuk terus menggali informasi, dan meleiti tentang penciptaan alam semesta. Selain itu, dalam ayat di atas terdapat kata “sungguh merupakan tanda-tanda bagi orang yang mau mengerti” maksudnya yaitu mendorong manusia agar terus

menumbuhkan minatnya dalam meneliti dan mencari pengetahuan tentang alam sekitar

Teori minat belimemiliki indikator sebagai berikut (Kotler & Keller, 2015):

1. Minat Transaksional, artinya minat ini sangat berhubungan dengan ketertarikan konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk tertentu.
2. Minat Referensial, Artinya pada indikator ini sangat berhubungan dengan kepuasan konsumen, karena dengan rasa kepuasan tersebut konsumen dengan sendirinya tanpa disuruh dan tanpa dipaksa akan mereferensikan produk yang ia beli kepada orang disekitarnya baik kepada keluarga, sahabat maupun orang yang berada dilingkungkannya.
3. Minat Preferensial, artinya produk yang ia beli merupakan bagian terpenting yang menjadi preferensi utama bagi dirinya walaupun ada produk lain yang lebih unggul, konsumen tersebut akan tetap memilih produk yang menjadi preferensi utamanya.
4. Minat Eksploratif, artinya konsumen akan selalu aktif menggali informasi terkini terkait dengan produk yang ia suka, bahkan bisa ia lakukan setiap hari. Selain mencari informasi tentang produk yang ia sukai itu, konsumen tersebut juga selalu mencari seribu satu alasan yang bernilai positif terkait produk yang ia minati jika ada informasi yang kurang baik yang ia dapati.

B. Transparansi

Transparansi merupakan pengontorlan yang tersistem dan dilakukan secara terbuka dengan melibatkan berbagai pihak baik dari pihak internal maupun pihak eksternal(Asminar, 2017)

Transparansi juga bisa dikatakan sebagai pelayanan dimana setiap *stakeholders* sangat

mudah mendapatkan informasi baik yang bersifat materil maupun informasi yang bersifat relevan.(Sahroni, 2019)

Dari dua definisi di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa transparansi merupakan suatu layanan yang disajikan oleh suatu lembaga atau perusahaan dimana layanan tersebut memudahkan masyarakat untuk menggali informasi secara utuh atau menyeluruh.

Transparansi pada sektor pelayanan publik bisa diukur dengan dengan indikator berikut (Dwiyanto, 2006):

1. Proses Pelayanan yang terbuka
Pada indikator ini, Syarat, Biaya, eaktu dan prosedur layanan informasi selalu jelas dan terperinci serta di tulis dan disampaikan secara terbuka terhadap semua *stakeholders* yang berkepentingan.
2. Kemudahan untuk memahami prosedur dan persyaratan
Indikator ini diukur dengan tingkat kemudahan masyarakat dalam memahami prosedur dan persyaratan lembaga.
3. Kemudahan Informasi Layanan
Indikator ini diukur melalui tingkat kemudakhan mendapatkan atau mengakses informasi pada pelayanan publik dengan cepat, mudah dan tidak bertele-tele, serta informasi tersebut selalu ada, tepat waktu ketika dibutuhkan dan terus diperbaharui secara periodik adapbila mengalami perubahan informasi.

C. Platform Digital

Platform digital merupakan suatu tempat, wadah atau sebuah sarana yang bisa menjadi fasilitas pertemuan antar pihak dengan tujuan untuk saling tukar informasi, melakukan aktivitas perdagangan atau bahkan melakukan tawar menawar jasa maupun layanan.

Hadirnya platform digital ini menyebabkan seluruh aktivitas di atas bisa dilakukan pada satu tempat.

Platform Digital merupakan teknologi sebagai wadah atau alat untuk bisa melakukan tindakan, controlling dan penyampaian informasi secara sama dan dengan skala yang lebih besar.(Afandi & Putra, 2020)

Platform Digital yaitu sarana yang memfasilitasi pertemuan antara dua belah pihak atau lebih, baik untuk transaksi jual beli, atau mengiklankan suatu produk secara online atau digital.(Virona Martono, 2020)

Dari dua Definisi di atas dapat disimpulkan bahwa Platform Digital adalah sarana teknologi yang menunjang kebutuhan individu maupun kelompok, perusahaan atau lembaga yang memudahkan tindakan, transaksi, penyampaian informasi maupun kontroling system dalam jangkauan yang lebih luas.

D. Zakat, Infak dan Sedekah

Zakat berarti suci atau mensucikan. Menurut istilah zakat adalah harta yang dikeluarkan darisebagian harta yang dimiliki yang sudah ditentukan kadar ukuran *nishab* dan pengeluarannya oleh syariat islam dan dikeluarkan karena Allah swt sebagai bentuk sedekah wajib.(Mohammad, 2013)

Zakat yaitu harta yang dibayarkan dengan niat *Lilaahi ta'ala* dan diberikan kepada orang-orang yang telah ditetapkan oleh syariat islam sebagai *mustahik* atau yang berhak menerima zakat.(Furqon, 2015)

Zakat adalah kewajiban setiap muslim dan merupakan rukun islam serta ada ketentuan jumlah harta yang dimiliki dengan sebutan *nishab*.(Hamidy dkk, 2017)

Zakat merupakan Hak Allah SWT atas harta yang ada pada diri kita dengan cara dibayarkan dan disalurkan melalui *mustahik* zakat.(Hidayat, 2020)

Berdasarkan definisi di atas, zakat dapat disimpulkan yaitu harta yang dikeluarkan oleh seseorang atas sebagian harta yang dimilikinya yang telah mencapai *nishab*, dikeluarkan menurut aturan syariat islam dan diberikan kepada *mustahik* yang telah ditetapkan pula oleh syariat islam.

Infak memiliki asal kata dari *anfaqa* yang artinya 'mengeluarkan harta (sesuatu) untuk suatu kepentingan tertentu. Infak merupakan segala jenis bentuk yang dikeluarkan atau dibelanjakan untuk kepentingan pribadi, kepentingan keluarga maupun kepentingan yang lainnya.(Arifin, 2016)

Sedekah adalah suatu amal atau perbuatan baik yang secara umum dilakukan baik dalam bentuk materil maupun non materil. (Arifin, 2016)

Sedekah merupakan suatu pemberian kepada orang lain dengan niat ingin mendapatkan pahala dari Allah SWT.(Arifin, 2016)

Dari dua definisi di atas maka sedekah yaitu sebuah pemberian yang dilakukan dengan cara yang baik dan sesuai tuntunan syariat islam dengan tujuan untuk mengharapkan Ridho dari Allah swt.

1.59 METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan analisis deskriptif verifikatif, Analisis data dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis pada penelitian ini didukung dengan menggunakan aplikasi uji analisis SPSS for windows versi 26. Data yang digunakan adalah data primer berupa data hasil penyebaran survey online melalui kuesioner yang disebarkan kepada 125 responden. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dengan hipotesis sebagai berikut:

1. Minat masyarakat berpengaruh terhadap kewajiban membayar zakat, infak dan sedekah di BAZNAS Provinsi Jawa Barat.
2. Transparansi berpengaruh terhadap kewajiban membayar zakat, infak dan sedekah di BAZNAS Provinsi Jawa Barat.
3. Platform digital berpengaruh terhadap kewajiban membayar zakat, infak dan sedekah di BAZNAS Provinsi Jawa Barat.
4. Minat masyarakat, Transparansi dan Platform Digital berpengaruh terhadap kewajiban membayar zakat, infak dan sedekah di BAZNAS Provinsi Jawa Barat.

61

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Data Responden

Data responden pada penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan dan penghasilan. Jenis kelamin responden didominasi oleh laki-laki sebanyak 67 orang dan sisanya sebanyak 58 orang berjenis kelamin perempuan, sisanya responden didominasi oleh usia 26-30 tahun sebanyak 77 orang, tingkat pendidikan responden didominasi oleh responden dengan pendidikan perguruan tinggi sebanyak 98 orang, pekerjaan responden didominasi oleh pekerjaan lainnya sebanyak 61 orang, artinya responden yang tidak mau menyebutkan jenis pekerjaannya. Sedangkan penghasilan responden didominasi oleh responden yang berpenghasilan antara Rp. 2.000.000 – Rp. 5.000.000 sebanyak 58 orang.

B. Pengujian Hipotesis Penelitian

1. Uji Validitas

Pengujian validitas instrument dilakukan dengan teknik analisis instrument yang dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing variabel. Korelasi yang

digunakan adalah korelasi *product moment*. (Sugiyono, 2015). Setelah diketahui dari hasil perhitungan besarnya korelasi, kemudian dibandingkan antara r_{hitung} dan r_{tabel} dengan $\alpha = 0,05$ dengan ketentuan Jika $r_{xy\ hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut valid. Hasil pengujian validitas pada penelitian didapati r_{hitung} (0,74, 0,809, 0,764, 0,775, 0,703, 0,738, 0,776, 0,734, 0,708, 0,703, 0,764, 0,608, 0,740, 0,653, 0,712, 0,674) lebih besar dari r_{tabel} sebesar 0,1757 artinya seluruh item pernyataan kuesioner tersebut dapat dijadikan alat ukur untuk variabel yang diteliti dan hasil uji validitas bernilai positif dengan demikian item pertanyaan dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan cara mencobakan instrumen sekali saja, kemudian yang data diperoleh dianalisis dengan teknik tertentu. Hasil analisis dapat digunakan untuk memprediksi reliabilitas instrumen. (Sugiyono, 2015). Hasil uji reliabilitas untuk semua item jawaban kuesioner dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* (0,776, 0,611, 0,702, 0,717) lebih dari 0,60. Dengan hasil alpha sebesar itu maka dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan dari variabel X1, X2, X3 dan Y dapat dikatakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 1

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		125
Normal Parameters ^{a,b}		
	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.99554085
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.057
	Negative	-.042
^c Statistic		.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

EKSISBANK (Ekonomi Syariah dan Bisnis Perbankan), Volume 7, Nomor 2, Desember 2023

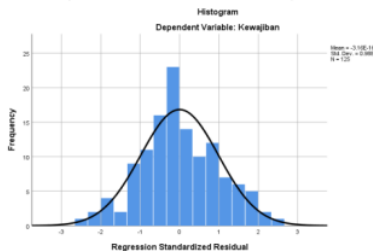
<https://journal.sties-purwakarta.ac.id/index.php/EKSISBANK/>

ISSN: 2654-8526 (Media Online) 2599-2708 (Media Cetak)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
26	Unstandardized Residual
c. Lilliefors Significance Correction.	
d. This is a lower bound of the true significance.	

Sumber : Data Primer Diolah dengan SPSS 26.0 (2022)
 Berdasarkan hasil uji dengan menggunakan **One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**, diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang di uji terdistribusi normal. Hal tersebut juga dapat dibuktikan dengan bentuk histogram pada gambar 3 berikut.

Gambar 3
 Uji Normalitas Histogram



Sumber : Data Primer Diolah dengan SPSS 26.0 (2022)

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 2

Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
	B	Std. Error				
(Constant)	2.736	1.083		2.527	.013	
Minat	.353	.084	.291	4.213	.000	.631 1.584
Transparansi	.418	.113	.261	3.692	.000	.605 1.652
Platform Digital	.459	.088	.391	5.241	.000	.542 1.844

Dependent Variable: 20 Kewajiban Membayar Zakat, Infak dan Sedekah

Sumber : Data Primer Diolah dengan SPSS 26.0 (2022)

Berdasarkan data pada uji multikolinearitas didapatkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai Variance Inflation Factor (VIF) minat masyarakat sebesar 1,584, nilai

EKSISBANK (Ekonomi Syariah dan Bisnis Perbankan), Volume 7, Nomor 2, Desember 2023

<https://journal.sties-purwakarta.ac.id/index.php/EKSISBANK/>
 ISSN: 2654-8526 (Media Online) 2599-2708 (Media Cetak)

Variance Inflation Factor (VIF) transparansi sebesar 1,652 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) penggunaan platform digital sebesar 1,844 sedangkan nilai tolerance minat masyarakat sebesar 0,631, nilai tolerance transparansi sebesar 0,605, nilai tolerance penggunaan platform digital sebesar 0,42. Hal tersebut jika dibandingkan dengan dasar pengambilan keputusan mengindikasikan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel independen dalam penelitian ini. Hal ini karena masing-masing variabel independent memiliki nilai VIF < 10 dan nilai tolerance > 0,1. Sehingga dapat diketahui bahwa model regresi ini bebas multikolinearitas dan dapat dilanjutkan untuk pengujian selanjutnya.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3

Uji Heteroskedastisitas

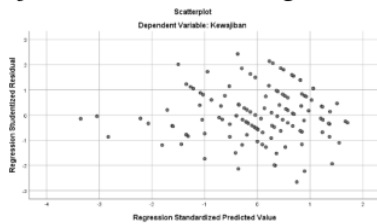
Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	1.118	.653		1.714	.089
Minat	.058	.050	.128	1.143	.255
Transparansi	.104	.068	.175	1.528	.129
Platform Digital	-.098	.053	-.225	-1.859	.065

Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Data Primer Diolah dengan SPSS 26.0 (2022)

Berdasarkan hasil uji Glesjer diketahui nilai signifikansi minat masyarakat sebesar 0,255 dan nilai signifikansi transparansi sebesar 0,129 dan nilai signifikansi penggunaan platform digital sebesar 0,065 yang artinya ketiga variabel diatas memiliki nilai signifikansi lebih besar daripada 0,05 artinya tidak terjadi heteroskedastitas. Hal tersebut juga dapat dibuktikan dengan bentuk Scatterplot pada gambar 4 berikut.

Gambar 4
Uji Heteroskedasitas dengan scatterplot



Sumber : Data Primer Diolah dengan SPSS 26.0 (2022)

4. Analisis Regresi Linier Berganda

a. Uji T (Parsial)

Tabel 4
Tabel Koefisien Regresi Parsial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.736	1.083		2.527	.013
	Minat	.353	.084	.291	4.213	.000
	Transparansi	.418	.113	.261	3.692	.000
	Platform_Digital	.459	.088	.391	5.241	.000

. Dependent Variable: Kewajiban Membayar Zakat, Infak dan Sedekah

Sumber : Data Primer Diolah dengan SPSS 26.0 (2022)

Berdasarkan analisis data pada tabel 1 di atas maka dapat diperoleh hasil sebagai berikut;

1) Hasil yang diperoleh dari pengujian uji t SPSS sebesar 4,231. Hal ini memenuhi syarat $t_{hitung} > t_{tabel}$. Sehingga hasil penelitian ini adalah $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,213 > 1,979$) maka dapat disimpulkan bahwa H_0 di tolak dan H_a diterima (10). Variabel Minat Masyarakat memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$) maka berkesimpulan Variabel Minat Masyarakat berpengaruh signifikan terhadap variable Kewajiban Membayar Zakat, Infak dan Sedekah (12)inya H_1 diterima.

Hasil yang diperoleh dari pengjian uji t SPSS sebesar 3,692. Hal ini

memenuhi syarat $t_{hitung} > t_{tabel}$. Sehingga hasil penelitian ini adalah $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,692 > 1,979$) maka dapat disimpulkan bahwa H_0 di tolak dan H_a diterima (10) dan Variabel Transparansi memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 (0,05) maka berkesimpulan variable Transparansi berpengaruh signifikan terhadap variable Kewajiban membayar Zakat, Infak dan sedekah (12)ng artinya H_2 diterima.

Hasil yang diperoleh dari pengujian uji t SPSS sebesar 5,241. Hal ini memenuhi syarat $t_{hitung} > t_{tabel}$. Sehingga hasil penelitian ini adalah $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,241 > 1,979$) maka dapat disimpulkan bahwa H_0 di tolak dan H_a diterima dan Variabel Penggunaan Platform digital memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$) maka berkesimpulan variable Penggunaan Platform Digital berpengaruh signifikan terhadap variable Kewajiban membayar Zakat, Infak dan sedekah yang artinya H_3 diterima.

b. Uji F (Simultan)

Tabel 5
Tabel Koefisien Regresi Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	857.857	3	285.952	70.071	.000 ^b
	Residual	493.791	121	4.081		
	Total	1351.648	124			

a. Dependent Variable: Kewajiban Membayar Zakat, Infak dan Sedekah
b. Predictors: (Constant), Platform_Digital, Minat, Transparansi

Sumber : Data Primer Diolah dengan SPSS 26.0 (2022)

Berdasarkan perhitungan hasil SPSS For Windows 26.0 di atas diperoleh F hitung sebesar 70,071. Sedangkan hasil dari F_{tabel} dengan $(k-1) (n-k)$, dimana k adalah jumlah variabel bebas dan terikat, serta

N adalah banyak data, maka (4-1) (125-4) diperoleh F_{tabel} 2,68 dan taraf signifikansi nya 5%. Karena hasil dalam data menunjukan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $70,071 > 2,68$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Minat Masyarakat, Transparansi dan Penggunaan Platform Digital terhadap Kewajiban Membayar Zakat, Infak dan Sedekah.

c. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 6

Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.797 ^a	.635	.626	2.020

20 predictors: (Constant), Platform Digital, Minat, Transparansi

Sumber : Data Primer Diolah dengan SPSS 26.0 (2022)

Berdasarkan perhitungan pada tabel 3 di atas menunjukkan hasil yang sama, dimana R^2 menerangkan tingkat hubungan antar variabel *independent* (X). Dari tabel R menunjukkan bahwa R square atau Koefisien Determinasi memiliki nilai 0,626 yang artinya terdapat hubungan antara hubungan Minat Masyarakat, Transparansi dan Penggunaan Platform Digital Terhadap Kewajiban Membayar Zakat, Infak dan Sedekah sebagai variabel dependen sebesar 62,6% sedangkan 37,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

C. Pembahasan

1. Pengaruh Minat Masyarakat secara parsial terhadap Kewajiban Membayar Zakat, Infak dan Sedekah di BAZNAS Provinsi Jawa Barat

Minat merupakan ketertarikan seseorang yang timbul pada dirinya sendiri terhadap

salah satu aktivitas atau objek tertentu (Slameto, 2010). Minat ini lahir atas dasar penerimaan diri terhadap objek tertentu sehingga besar kecilnya minat seseorang itu tergantung pada penerimaan objek yang tertanam pada diri seseorang.

Faktor-faktor yang mendasari minat yaitu faktor dorongan dari dalam, faktor dorongan yang bersifat sosial dan faktor yang berhubungan dengan emosional. Faktor dari dalam dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan. Timbulnya minat dari diri seseorang juga dapat didorong oleh adanya motivasi sosial yaitu mendapatkan pengakuan dan penghargaan dari lingkungan masyarakat dimana seseorang berada. Sedangkan faktor emosional memperlihatkan ukuran intensitas seseorang dalam menanam perhatian terhadap suatu kegiatan atau obyek tertentu. (Z (Penterjemah) et al., 1984) Minat Masyarakat dalam artian disini Minat Masyarakat untuk menunaikan zakat, infak dan sedekah sebagai faktor intrinsik. Sedangkan Faktor ekstrinsik Badan Amil Zakat yang berkaitan bagaimana mengelola zakat secara terorganisir, dengan baik dan transparan. Ketika prinsip tersebut diterapkan secara optimal maka sebuah lembaga akan lebih dipercaya oleh masyarakat luas. Hal ini sesuai dengan teori kepercayaan bahwa kepercayaan timbul dari kejujuran, perhatian, kemampuan dan konsistensi antara pihak yang dipercaya untuk melaksanakan kebutuhan yang mempercayai. Kepercayaan ini berkaitan dengan bagaimana lembaga mengelola zakat secara terorganisir, dengan baik dan transparan. Ketika prinsip tersebut diterapkan secara optimal maka sebuah lembaga akan lebih dipercaya oleh masyarakat luas.

Teori di atas terbukti dengan hasil uji regresi linier berganda dimana Nilai a (Konstanta) sebesar 8,083 menunjukkan nilai Minat Masyarakat (X1) terhadap Kewajiban

Membayar Zakat, Infak dan Sedekah (Y) bernilai positif sebesar 8,083. Selanjutnya koefisien regresi untuk minat masyarakat bernilai positif sebesar 0,782, artinya setiap penambahan minat masyarakat sebesar satu satuan atau sama persen, maka akan mengakibatkan bertambahnya minat masyarakat terhadap Kewajiban Zakat, Infak dan sedekah sebesar 0,782 begitupun sebaliknya.

Hasil Uji t statistik Minat Masyarakat nilai 9,404 dengan signifikansi sebesar 0,000. Hal ini memenuhi syarat $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga hasil penelitian ini adalah $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,404 > 1,979$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Korelasi antara Minat Masyarakat terhadap Kewajiban Membayar Zakat, Infak dan Sedekah sebesar 0,647 termasuk dalam kategori kuat. Kemudian hasil dari pengujian koefisien determinasi sebesar 0,418 atau sama dengan 41,8 %. Artinya dalam hal ini Minat Masyarakat berpengaruh sebesar 41,8 % terhadap Kewajiban Membayar Zakat, Infak dan Sedekah sedangkan sisanya sebesar 58,2 % dipengaruhi oleh faktor lain.

BAZNAS Provinsi Jawa Barat sebagai lembaga amil zakat dituntut untuk terus melakukan upaya dalam menarik minat masyarakat agar menunaikan kewajiban zakat, infak dan sedekahnya melalui BAZNAS Provinsi Jawa Barat. BAZNAS Provinsi Jawa Barat bisa menarik minat masyarakat untuk menunaikan Zakat, Infak dan Sedekah bisa dengan cara menumbuhkan kesadaran masyarakat dalam berzakat, infak dan sedekah. Peningkatan kesadaran masyarakat bisa dilakukan dengan cara sosialisasi, edukasi dan kampanye zakat secara berkelanjutan untuk membangun brand *image* dan brand *awareness* mengenai zakat karena Sosialisasi berkelanjutan dan edukasi, kampanye mengenai konsep zakat sangat penting karena hal tersebut menjadi salah satu

faktor yang mempengaruhi seseorang untuk membayar zakat melalui BAZNAS Provinsi Jawa Barat.

2. Pengaruh Transparansi Pengelolaan Lembaga Amil Zakat secara parsial terhadap Kewajiban Membayar Zakat, Infak Dan Sedekah di BAZNAS Provinsi Jawa Barat.

Transparansi pengelolaan lembaga amil zakat dinilai sangat penting sebagai salah satu upaya untuk mempertahankan keberlangsungan forum amil zakat. Kurangnya pemahaman serta kepercayaan warga terhadap lembaga amil zakat, akan berdampak pada penyaluran dana zakat, infak dan sedekah dari masyarakat secara pribadi tanpa melalui lembaga amil zakat. Terwujudnya transparansi pada pengelolaan zakat akan membentuk sistem kontrol yang baik antara lembaga dengan pemangku kepentingan, karena melibatkan tidak hanya organisasi internal (lembaga zakat), tetapi juga pihak eksternal yaitu muzakki atau masyarakat luas. Ini harus dipergunakan buat mengurangi kecurigaan publik serta ketidakpercayaan institusi terhadap pemangku tanggung jawab. (Atmaja et al., n.d.) Terdapat tiga indikator dalam mengukur transparansi pelayanan publik.

Pertama, proses layanan yang terbuka. Kedua, kemudahan untuk memahami prosedur dan persyaratan. Ketiga, ketersediaan Informasi Layanan. (Dwiyanto, 2006) Melalui tiga indikator tersebut, maka dapat dilakukan pengukuran tentang sejauh mana BAZNAS Provinsi Jawa Barat menerapkan transparansi dalam pelayanan publik. Pengukuran tersebut dapat dijadikan bahan evaluasi bagi transparansi BAZNAS Provinsi Jawa Barat.

Terciptanya transparansi pengelolaan lembaga amil zakat akan mampu memberikan akibat yang baik bagi pengawasan organisasi. Tentunya hal ini akan mensugesti dan

mendorong *muzakki* buat memilih lembaga zakat. Transparansi akan menjalin hubungan saling percaya antara komunitas muzakki menggunakan pengelola zakat. Pada Islam, konsep transparansi erat kaitannya dengan kejujuran. Dalam menyampaikan info, instansi wajib amanah, dalam hal ini organisasi publik tidak menyembunyikan apapun kepada masyarakat. (Atmaja et al., n.d.)

Teori di atas terbukti dengan hasil uji regresi linier berganda dimana Nilai a (Kontanta) sebesar 7,333 hal ini menunjukkan nilai Transparansi pengelolaan Lembaga Amil Zakat (X2) terhadap Kewajiban Membayar Zakat, Infak dan Sedekah (Y) bernilai positif sebesar 7,333. Selanjutnya koefisien regresi untuk minat masyarakat bernilai positif sebesar 1,028, artinya setiap penambahan minat masyarakat sebesar satu satuan atau sama persen, maka akan mengakibatkan bertambahnya nilai Kewajiban Zakat, Infak dan sedekah sebesar 1,028 begitupun sebaliknya.

Hasil Uji t statistik Transparansi Pengelolaan Lembaga Amil Zakat BAZNAS Provinsi Jawa Barat senilai 9,253 dengan signifikansi sebesar 0,000. Hal ini memenuhi syarat $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga hasil penelitian ini adalah $t_{hitung} > t_{tabel}$ (9,253 > 1,979) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Korelasi antara Transparansi Pengelolaan Lembaga Amil Zakat BAZNAS Provinsi Jawa Barat terhadap Kewajiban Membayar Zakat, Infak dan Sedekah sebesar 0,641 termasuk dalam kategori kuat. Kemudian hasil dari pengujian koefisien determinasi sebesar 0,410 atau sama dengan 41,0 %. Artinya dalam hal ini Transparansi Pengelolaan Lembaga Amil Zakat BAZNAS Provinsi Jawa Barat berpengaruh sebesar 41,0 % terhadap Kewajiban Membayar Zakat, Infak dan Sedekah sedangkan sisanya sebesar 59 % dipengaruhi oleh faktor lain.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Yuliafitri (2016) yang menyebutkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara transparansi dengan loyalitas muzakki. Dalam konteks pengelolaan zakat.

3. Pengaruh Penggunaan Platform Digital secara parsial Terhadap Kewajiban Membayar Zakat, Infak dan Sedekah.

Platform Digital saat ini sangat membantu dalam peningkatan kinerja pada lembaga-lembaga pengelola penghimpun dana, baik penghimpun dana zakat, infak dan sedekah maupun penghimpun dana lainnya.

Gopay dan *Kopernik* juga memperkuat pernyataan tersebut melalui riset yang dilakukannya pada tahun 2020 bahwa pandemi membawa pengaruh kebiasaan masyarakat untuk berdonasi, terutama berdonasi melalui platform digital. Pada era pandemic, pemberian donasi secara digital baik secara frekuensi maupun nominal mengalami peningkatan diseluruh jenjang usia dengan rerata kenaikan nilai donasi sebesar 72 persen. Sektor kesehatan dan keadilan social menjadi pilihan teratas pada penyaluran donasi yang dipilih oleh donatur dengan preferensi isu Kesehatan meningkatkan 11 persen selama masa pandemi. kategori , yaitu kelompok usia 24-39 tahun, adalah kelompok umur yang paling sering melakukan donasi dengan rata-rata sebanyak 1,5 donasi per bulan. Sedangkan, kategori Gen-X, yang berusia 40-55 tahun, termasuk yang memberikan donasi dengan nilai finansial yang tinggi. Hal ini menegaskan bahwa hadirnya inovasi digital dalam penghimpunan dana zakat, infak dan sedekah melalui platform digital memiliki pengaruh yang baik.

Teori di atas terbukti dengan hasil uji regresi linier berganda dimana Nilai a (Kontanta) sebesar 6,290 hal ini menunjukkan

nilai Platform Digital (X3) terhadap Kewajiban Membayar Zakat, Infak dan Sedekah (Y) bernilai positif sebesar 6,290. Selanjutnya koefisien regresi untuk minat masyarakat bernilai positif sebesar 0,839, artinya setiap penambahan nilai Platform Digital sebesar satu satuan atau sama persen, maka akan mengakibatkan bertambahnya nilai Kewajiban Zakat, Infak dan sedekah sebesar 0,839 begitupun sebaliknya.

Hasil Uji t statistik Transparansi Pengelolaan Lembaga Amil Zakat BAZNAS Provinsi Jawa Barat nilai 11,312 dengan signifikansi sebesar 0,000. Hal ini memenuhi syarat $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga hasil penelitian ini adalah $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($11,312 > 1,979$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Korelasi antara Platform Digital BAZNAS Provinsi Jawa Barat terhadap Kewajiban Membayar Zakat, Infak dan Sedekah sebesar 0,714 termasuk dalam kategori kuat. Kemudian hasil dari pengujian koefisien determinasi sebesar 0,510 atau sama dengan 51,0%. Artinya dalam hal ini Transparansi Pengelolaan Lembaga Amil Zakat BAZNAS Provinsi Jawa Barat berpengaruh sebesar 51,0% terhadap Kewajiban Membayar Zakat, Infak dan Sedekah sedangkan sisanya sebesar 49% dipengaruhi oleh faktor lain.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Mauludin (2022) yang menyebutkan bahwa digital zakat memberikan pengaruh yang positif signifikan terhadap penghimpunan zakat. penelitian yang dilakukan oleh Amilahaq et al. (2021), menyebutkan jika digital zakat dapat meningkatkan kebiasaan membayar zakat pada muzakki di usia muda- dewasa (19 tahun-35 tahun). Peningkatan ini terjadi karena platform digital.

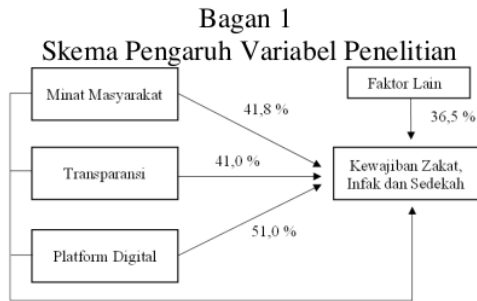
4. Pengaruh Minat Masyarakat, Transparansi dan Penggunaan Platform

Digital secara simultan terhadap Kewajiban Membayar Zakat, Infak Dan Sedekah.

Hasil yang didapat melalui uji f (Silmutan) pada variabel Minat Masyarakat, Transparansi Pengelolaan Lembaga Amil Zakat dan Platform Digital terhadap Kewajiban Membayar Zakat, Infaq dan sedekah didapatkan hasil bahwa nilai fhitung dari F_{tabel} dengan $(k-1) (n-k)$, dimana k adalah jumlah variabel bebas dan terikat, serta N adalah banyak data, maka $(4-1) (125-4)$ diperoleh F_{tabel} 2,68 dan taraf signifikansinya $0,000 < 0,05$. Kemudian hasil dari pengujian koefisien determinasi sebesar 0,635 atau sama dengan 63,5 %. Artinya dalam hal ini Minat Masyarakat, Transparansi Pengelolaan Lembaga Amil Zakat BAZNAS Provinsi Jawa Barat dan Platform Digital berpengaruh sebesar 63,5 % terhadap Kewajiban Membayar Zakat, Infak dan Sedekah sedangkan sisanya sebesar 36,5% dipengaruhi oleh faktor lain.

BAZNAS Provinsi Jawa Barat terus melakukan upaya dalam memaksimalkan potensi dana zakat, infak dan sedekah di kalangan masyarakat Provinsi Jawa Barat dengan terus melakukan upaya baik dari internal maupun eksternal. Upaya internal dilakukan dengan cara terus meningkatkan transparansi pengelolaan lembaga amil zakat dan peningkatan platform digital. Sedangkan dari faktor eksternal yaitu melakukan sosialisasi literasi zakat, infak dan sedekah kepada masyarakat dengan berbagai cara, diantaranya melalui website, anduk, dan platform digital lainnya yang dimiliki oleh BAZNAS Provinsi Jawa Barat.

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian di atas, maka dapat digambarkan skema pengaruh dari setiap variabel penelitian sebagai berikut:



Sumber : Data Primer Diolah dengan SPSS 26.0 (2022)

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil paparan dan analisis terhadap seluruh variabel dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Minat Masyarakat Jawa Barat untuk menjadi muzakki dan munfiq di BAZNAS Provinsi Jawa Barat berpengaruh secara parsial terhadap Kewajiban Zakat, Infak dan Sedekah. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,404 > 1,979$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dengan kontribusi pengaruh sebesar 41,8 % sedangkan sisanya sebesar 58,2 % dipengaruhi oleh faktor lain.
2. Transparansi pengelolaan lembaga amil zakat BAZNAS Provinsi Jawa Barat berpengaruh secara parsial terhadap Kewajiban Membayar Zakat, Infak dan Sedekah. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,253 > 1,979$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dengan kontribusi pengaruh sebesar 41,0 % sedangkan sisanya sebesar 59 % dipengaruhi oleh faktor lain.
3. Platform Digital BAZNAS Provinsi Jawa Barat berpengaruh secara parsial terhadap kewajiban membayar Zakat, Infak dan sedekah. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($11,312 > 1,979$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil

dari 0,05 dengan kontribusi pengaruh sebesar 51,0 % sedangkan sisanya sebesar 49 % dipengaruhi oleh faktor lain.

4. Minat Masyarakat, Transparansi Pengelolaan Lembaga Amil Zakat dan Platform Digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kewajiban membayar Zakat, Infak dan sedekah. Hal ini dibuktikan dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $70,071 > 2,68$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Minat Masyarakat, Transparansi Pengelolaan Lembaga Amil Zakat dan Platform Digital terhadap Kewajiban Membayar Zakat, Infak dan Sedekah.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dibuat pada penelitian ini, maka disampaikan beberapa saran yang kiranya dapat berguna, di antaranya sebagai berikut:

1. BAZNAS Provinsi Jawa Barat sebagai lembaga amil zakat dituntut untuk terus melakukan upaya dalam menarik minat masyarakat agar menunaikan kewajiban zakat, infak dan sedekahnya melalui BAZNAS Provinsi Jawa Barat. BAZNAS Provinsi Jawa Barat bisa menarik minat masyarakat untuk menunaikan Zakat, Infak dan Sedekah bisa dengan cara menumbuhkan kesadaran masyarakat dalam berzakat, infak dan sedekah. Peningkatan kesadaran masyarakat bisa dilakukan dengan cara sosialisasi, edukasi dan kampanye zakat secara berkelanjutan untuk membangun *brand image* dan *brand awareness* mengenai zakat karena Sosialisasi berkelanjutan dan edukasi, kampanye mengenai konsep zakat sangat penting karena hal tersebut menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang untuk membayar zakat melalui BAZNAS Provinsi Jawa Barat.
2. Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)

Provinsi Jawa Barat perlu secara konsisten meningkatkan transparansi pengelolaan lembaga amil zakat dengan menyajikan laporan- laporan baik laporan pengumpulan maupun laporan pendistribusiannya serta dipublikasikan setiap bulan melalui website resmi atau platform digital lainnya dengan tujuan agar masyarakat bisa dengan mudah mendapatkan informasi perkembangan pengelolaan lembaga BAZNAS Provinsi Jawa Barat, agar masyarakat lebih percaya untuk menyalurkan dana zakat, infak dan sedekahnya kepada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Jawa Barat yang nantinya akan meningkatkan pendapatan dan pendistribusian pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Jawa Barat.

3. Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Jawa Barat harus terus memperhatikan dan mengembangkan inovasi platform digital zakat, infak dan sedekah dan mensosialisasikan tutorial penggunaannya kepada masyarakat agar masyarakat bisa dengan mudah memahami penggunaan dan manfaat dari platform digital BAZNAS Provinsi Jawa Barat.
4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan tidak terpaku pada variabel penelitian yang digunakan penulis serta dapat menambah variabel lain yang mempengaruhi kewajiban membayar zakat, infak dan sedekah. Alangkah baiknya jika penelitian ditambah dan tidak terpaku pada aplikasi penelitian yang telah digunakan. Hal ini disarankan agar bisa memperbaiki penelitian yang dilakukan dan mampu menghasilkan kesimpulan yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, D. R., & Putra, M. (2020). Pengembangan Kinerja UKM: Penggunaan Platform Digital dengan Kemampuan Jaringan dan Ambidexterity. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(02), 93. <https://doi.org/10.33370/jpw.v22i02.432>
- Arifin, G. (2016). *Keutamaan Zakat, Infak dan Sedekah* (1st ed.). PT Elex Media Komputindo.
- Asminar. (2017). Pengaruh Pemahaman, Transparansi dan Peran Pemerintah terhadap Motivasi dan Keputusan Membayar Zakat pada Baznas Kota Binjai. *At-Tawassuth, III*, 260–281.
- Atmaja, W., Angraini, T., & Syahriza, R. (n.d.). *Analisis Transparansi dan Akuntabilitas Pengelolaan Dana Zakat, Infaq dan Sedekah (ZIS)*. 71–87.
- Dwiyanto, A. (2006). *Transparansi Pelayanan Publik*. Gadjah Mada University Press.
- Furqon, A. (2015). *Manajemen Pengelolaan Zakat*. CV Karya Abadi Jaya.
- Hamidiyah, E., Margono, B., R Andayani, D., & Dkk. (2020). *Sejarah Perjalanan Kebangkitan Zakat* (1st ed.). Puskas BAZNAS.
- Hamidy dkk, T. (2017). Model pengelolaan Zakat Untuk Mengatasi Kemiskinan dikota Bima, Maqdis. *Kajian Eko Islam*, 2 No 1, 25.
- Hidayat, A. (2020). *Analisis Pertumbuhan Zakat Pada Aplikasi Zakat Online Dompot Dhuafa*. 6(03), 675–684.
- Hurlock, E. B. (2004). *Perkembangan Anak* (2nd ed.). Rnika Cipta.
- Ilyas Junjuran, M., Maulana Asegaf, M., & Takwil, M. (2020). Pengaruh Transparansi, Akuntabilitas, dan IGCG terhadap Tingkat Kepercayaan Muzakkidi Lembaga Amil Zakat Dompot Amanah Umat. *Jurnal AKuntansi Integratif*, 6(2), 112–125.
- Indonesia, F. (2021). *Indonesia Kembali Jadi Negara Paling Dermawan di Dunia*.

EKSISBANK (Ekonomi Syariah dan Bisnis Perbankan), Volume 7, Nomor 2, Desember 2023

<https://journal.sties-purwakarta.ac.id/index.php/EKSISBANK/>
ISSN: 2654-8526 (Media Online) 2599-2708 (Media Cetak)

- Filantropi Indonesia.
<https://filantropi.or.id/indonesia-kembali-jadi-negara-paling-dermawan-di-dunia/>
- Istikhomah, D., & Asrori. (2019). Pengaruh Literasi terhadap Kepercayaan Muzaki pada Lembaga Pengelola Zakat dengan Akuntabilitas dan Transparansi sebagai Variabel Intervening. *EEJB (Economic Education Analysis Journal)*, 8(1), 95–109.
- Kajian Strategis - Badan Amil Zakat Nasional, P. (2022). *Outlook Zakat Indonesia 2022*. Puskas BAZNAS.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Manajemen Pemasaran* (133rd ed.). Erlangga.
- Mohammad, S. (2013). *Fiqh Islam*. PT Toha Putra.
- Nurhasanah, S. (2018). Maksimalisasi potensi zakat melalui peningkatan kesadaran masyarakat siti nurhasanah. *JEBI - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(2).
- Rosana, F. C. (2022). *Baznas: Potensi Zakat di Indonesia Capai Rp 327 Triliun*. Tempo.Co.
<https://bisnis.tempo.co/read/1578010/baznas-potensi-zakat-di-indonesia-capai-rp-327-triliun>
- Sahroni, A. H. (2019). Transparansi Pengelolaan Dalam Kecendrungan Pilihan Berzakat Ke Lembaga Pengelola Zakat. *Al-Tsaman: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 2(1), 145–159.
- Slameto. (2010). *Minat Belajar dan Faktor-Faktor yang mempengaruhinya*. PT. Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. ALFABETA, cv.
- Syah, M. (2005). *Psikologi pendidikan dengan pedekatan baru*. PT Remaja Rosdakarya.
- Syauqi Beik, I., & Alhasanah, I. M. (2012). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Partisipasi dan Pemilihan Tempat Berzakat dan Berinfak. *Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 2(1), 64–75.
- Virona Martono, R. (2020). *supply Chain 4.0 Berbasis Blockchain dan Platform*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Z (Penterjemah), K., Crow, L. D., & Crow, A. (1984). *Psikologi Pendidikan*. PT Bina Ilmu.

Pengaruh Minat Masyarakat, Transparansi dan Platform Digital Terhadap Kewajiban Ziswaf di Jawa Barat

ORIGINALITY REPORT

22%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

13%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	www.unmas.ac.id Internet Source	1%
2	Muthmainnah, Reksa Jayengsari, Yasmi Aprilia Nitami. "Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Kepada Orang Tua Asuh Terhadap Keputusan Ber-Zis", JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi, 2024 Publication	1%
3	openjournal.unpam.ac.id Internet Source	1%
4	perpustakaan.akuntansipoliban.ac.id Internet Source	1%
5	repository.unja.ac.id Internet Source	1%
6	Submitted to fpptijateng Student Paper	1%
7	baznas.go.id Internet Source	1%

8	scholar.google.co.id Internet Source	1 %
9	media.neliti.com Internet Source	1 %
10	ejournal.seminar-id.com Internet Source	1 %
11	Submitted to UIN Sunan Gunung Djati Bandung Student Paper	<1 %
12	core.ac.uk Internet Source	<1 %
13	files.osf.io Internet Source	<1 %
14	jurnalfebi.uinsby.ac.id Internet Source	<1 %
15	ejournal.poltekpos.ac.id Internet Source	<1 %
16	Submitted to Universitas Islam Indonesia Student Paper	<1 %
17	openlibrary.telkomuniversity.ac.id Internet Source	<1 %
18	www.wiyantosudarsono.id Internet Source	<1 %
19	dspace.uui.ac.id Internet Source	<1 %

<1 %

20

ejournal.45mataram.ac.id

Internet Source

<1 %

21

adoc.tips

Internet Source

<1 %

22

journal.yrpipku.com

Internet Source

<1 %

23

pdfslide.tips

Internet Source

<1 %

24

repository.pelitabangsa.ac.id

Internet Source

<1 %

25

Rama Wijaya Kesuma Wardani. "Strategi Komunikasi Badan Amil Zakat Nasional dalam Pengumpulan Zakat Maal", Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies, 2017

Publication

<1 %

26

repository.nobel.ac.id

Internet Source

<1 %

27

Wilda Waladiah Ibnu Suja'i, Badriyatul Huda. "PERUBAHAN PREMIUM INCOME DAN INVESTMENT RESULTS PT. AXA MANDIRI SYARIAH DAN IMPLIKASINYA TERHADAP TABARRU FUND RESERVE", Finansha: Journal of Sharia Financial Management, 2020

Publication

<1 %

28 Kulsum Fitriani, Nanih Machendrawaty, Dewi Sadiyah. "Manajemen Strategis Pendayagunaan Zakat BAZNAS Jawa Barat terhadap Kesejahteraan Mustahik", Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah, 2022
Publication <1 %

29 repository.untag-sby.ac.id
Internet Source <1 %

30 repository.uinsu.ac.id
Internet Source <1 %

31 digilib.uinsby.ac.id
Internet Source <1 %

32 download.garuda.kemdikbud.go.id
Internet Source <1 %

33 repository.umy.ac.id
Internet Source <1 %

34 ejournal.umpri.ac.id
Internet Source <1 %

35 repository.unisba.ac.id
Internet Source <1 %

36 repository.upi.edu
Internet Source <1 %

37 riset.unisma.ac.id
Internet Source <1 %

38

Farkhah Farkhah. "Analysis of strategies zakat, infaq, and alms collection at BAZNAS Semarang Regency", Indonesian Journal of Islamic Economics Research, 2020

Publication

<1 %

39

www.slideshare.net

Internet Source

<1 %

40

Submitted to Sriwijaya University

Student Paper

<1 %

41

digilib.unila.ac.id

Internet Source

<1 %

42

luanvan.co

Internet Source

<1 %

43

moraref.kemenag.go.id

Internet Source

<1 %

44

www.gurupaud.my.id

Internet Source

<1 %

45

Yunizar Yunizar, Ola Danel. "Determinants of Muzakki Decision-Making to Pay Zakat in Baitulmaal Muamalat", Journal of Islamic Economic Laws, 2023

Publication

<1 %

46

e-campus.iainbukittinggi.ac.id

Internet Source

<1 %

47

id.123dok.com

Internet Source

<1 %

48

id.scribd.com

Internet Source

<1 %

49

karyailmiah.unisba.ac.id

Internet Source

<1 %

50

Alyska Fadhilatul Ridha, Komalasari Komalasari, Cian Ibnu Sina. "Pengaruh Aromaterapi Bergamot (Citrus Bergamia) terhadap Tingkat Depresi Post Partum di RS Blud Kota Tanjungpinang", Malahayati Nursing Journal, 2023

Publication

<1 %

51

eprints.walisongo.ac.id

Internet Source

<1 %

52

ml.scribd.com

Internet Source

<1 %

53

eprints.pancabudi.ac.id

Internet Source

<1 %

54

repository.poltekkes-denpasar.ac.id

Internet Source

<1 %

55

repository.unair.ac.id

Internet Source

<1 %

56

stikeskjp-palopo.e-journal.id

Internet Source

<1 %

57 Elsa Yulandri, Neneng Hartati. "THE INFLUENCE OF INFLATION AND RETURN ON INVESTMENT (ROI) WITH THE DU PONT METHOD SYSTEM OF STOCK RETURN PT. LIPPO KARAWACI DURING THE YEAR 2010-2019", *Finansha: Journal of Sharia Financial Management*, 2020
Publication

58 eprints.uny.ac.id
Internet Source

59 ojs.uma.ac.id
Internet Source

60 repository.stie-mce.ac.id
Internet Source

61 vdocuments.mx
Internet Source

62 www.scribd.com
Internet Source

Exclude quotes On

Exclude matches < 13 words

Exclude bibliography On