

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang mayoritas masyarakatnya beragama Islam, yaitu sebanyak 207.2 juta jiwa atau sebesar 87.18% dari total penduduk Indonesia (BPS 2010). Dalam ekonomi Islam, terdapat beberapa instrumen filantropi yang dapat dimanfaatkan untuk mengatasi kemiskinan, salah satunya adalah zakat. Zakat dijadikan sebagai sarana penyesuaian pendapatan dalam bentuk transfer ekonomi dari masyarakat yang memiliki kelebihan harta kepada masyarakat yang kekurangan harta (Azizah 2016). Dengan kata lain, zakat diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan ekonomi rendah dengan adanya distribusi harta yang terjadi, sehingga kesenjangan yang ada juga dapat berkurang.

Potensi pengumpulan zakat yang optimal di Indonesia masih belum tercapai. Menurut Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) mengungkapkan bahwa potensi zakat nasional sebesar Rp233.84 triliun (Tabel 1).

Tabel 1 Potensi zakat nasional

| No. | Keterangan | Potensi zakat (triliun rupiah) |
|-----|------------------------------|--------------------------------|
| 1 | Zakat perusahaan | 6.71 |
| 2 | Zakat penghasilan | 139.07 |
| 3 | Zakat pertanian | 19.79 |
| 4 | Zakat peternakan | 9.51 |
| 5 | Zakat uang | 58.76 |
| | Total potensi zakat nasional | 233.84 |

Sumber: BAZNAS (2019)

Tabel 2 menunjukkan pertumbuhan pengumpulan Zakat pada setiap tahunnya oleh BAZNAS, Dompot Dhuafa dan Rumah Zakat. Penghimpunan dana zakat terbanyak dilakukan oleh BAZNAS dibandingkan dengan Dompot Dhuafa dan Rumah Zakat. Data tersebut juga menunjukkan bahwa setiap tahunnya dana zakat yang terkumpul di setiap lembaga tersebut mengalami peningkatan. Hal ini menunjukkan tingkat kesadaran dan kepercayaan masyarakat terhadap institusi amil di Indonesia mengalami peningkatan. Berbagai upaya telah dilakukan oleh berbagai Lembaga Amil Zakat Nasional dan BAZNAS dalam menyediakan pelayanan pembayaran ZIS, seperti pada BAZNAS yang dilakukan adalah mendirikan gerai zakat BAZNAS di setiap Provinsi, Kota dan Kabupaten, menyediakan layanan jemput zakat, zakat *payroll system*, pembayaran *via transfer*, layanan digital, *online payment channel*, dan aplikasi muzaki corner. Akan tetapi, dana zakat yang terhimpun masih sebesar Rp8.1 triliun atau sebesar 3.46% dari potensi zakat nasional yang sebesar Rp233.84 triliun.

Tabel 2 Pengumpulan Zakat di BAZNAS, Dompot Dhuafa, dan Rumah Zakat

| Tahun | Jumlah Penerimaan (triliun rupiah) | | |
|-------|---------------------------------------|---------------|-------------|
| | BAZNAS | Dompot Dhuafa | Rumah Zakat |
| 2014 | 3.3 | 0.12 | 0.08 |
| 2015 | 3.6 | 0.14 | 0.09 |
| 2016 | 5.0 | 0.14 | 0.10 |
| 2017 | 6.2 | 0.14 | 0.11 |
| 2018 | 8.1 | 0.15 | 0.12 |

Sumber: BAZNAS, Dompot Dhuafa, Rumah Zakat 2018

Di samping itu, dunia teknologi semakin berkembang di kehidupan masyarakat menyebabkan internet menjadi suatu hal yang mudah diakses oleh siapapun dan dimanapun. Hasil survei terkait penetrasi dan perilaku pengguna internet yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa pada tahun 2018, pengguna internet Indonesia bertambah sebesar 10.12% dari tahun sebelumnya, yaitu 171.17 juta jiwa dari total penduduk Indonesia (APJII 2019). Dengan adanya internet, menjadikan salah satu upaya berbagai Lembaga/Badan Amil Zakat Nasional untuk meningkatkan pelayanan pembayaran zakat lebih mudah diakses oleh siapapun dan dimanapun, seperti *online payment channel*, *crowdfunding*, *pembayaran via transfer*, *e-commerce*, *apps*, dan *social media* yang disediakan oleh BAZNAS. Pada Tabel 3 menunjukkan penerimaan zakat di BAZNAS Pusat dari awal tersedia layanan pengumpulan dana zakat secara digital. Jumlah zakat yang terkumpul dengan menggunakan metode *online* mengalami peningkatan setiap tahunnya.

Tabel 3 Penerimaan Zakat *Online* di BAZNAS Pusat

| Tahun | Jumlah Penerimaan (milyar rupiah) | Pertumbuhan (%) |
|-------|--------------------------------------|-----------------|
| 2016 | 0.49 | - |
| 2017 | 4.4 | 798 |
| 2018 | 13 | 195 |
| 2019 | 40 | 231 |

Sumber: BAZNAS 2019

Rumusan Masalah

Indonesia memiliki potensi zakat yang dapat membantu mengatasi kemiskinan di Indonesia dengan adanya program-program yang dilakukan oleh institusi amil zakat di Indonesia. Akan tetapi, potensi zakat nasional di Indonesia yang mencapai Rp233.84 triliun sampai saat ini yang terhimpun di Badan Amil Zakat Nasional masih hanya sekitar 3.46% dari potensi zakat tersebut. Berdasarkan Keputusan Presiden RI No. 8 Tahun 2001 yang memiliki tugas dan fungsi menghimpun dan menyalurkan zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) pada tingkat nasional adalah BAZNAS. Lahirnya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat semakin mengukuhkan peran BAZNAS sebagai lembaga yang berwenang melakukan pengelolaan zakat secara nasional. BAZNAS adalah lembaga yang paling tinggi dalam pengumpulan ZIS setiap tahunnya. Untuk

mencapai potensi zakat nasional, pada tahun 2016 BAZNAS terus berusaha meningkatkan pelayanan pengumpulan zakat di masyarakat, salah satunya adalah dengan memanfaatkan teknologi melalui pelayanan pembayaran zakat secara *online*.

Tabel 4 menunjukkan pertumbuhan pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan terus-menerus setiap tahunnya. Jumlah pengguna internet pada tahun 2015 adalah 110.2 juta jiwa dan mengalami pertumbuhan 20.42% pada tahun 2016 menjadi 132.7 juta jiwa. Pada tahun 2018 pengguna internet di Indonesia sebesar 171.17 juta jiwa atau meningkat 19.48% dari tahun sebelumnya.

Tabel 4 Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia

| Tahun | Jumlah Pengguna Internet (Juta) | Pertumbuhan (%) |
|-------|------------------------------------|--------------------|
| 2015 | 110.2 | - |
| 2016 | 132.7 | 20.42 |
| 2017 | 143.26 | 7.96 |
| 2018 | 171.17 | 19.48 |

Sumber: APJII 2017 dan 2018.

Badan Amil Zakat Nasional beserta Lembaga Amil Zakat Nasional lainnya memanfaatkan internet dengan menyediakan layanan pembayaran zakat secara *Online*, sehingga pembayaran zakat menjadi lebih mudah diakses oleh siapapun dan dimanapun. Menurut penelitian Pusat Kajian Strategis BAZNAS (2019), dengan adanya teknologi tersebut dapat memberikan manfaat yang besar dalam meningkatkan kinerja industri menuju performa yang lebih baik dengan biaya yang efisien. Dan sebagai lembaga yang mengelola uang publik, keberadaan teknologi tersebut sangat membantu Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) dalam meningkatkan efisiensi, transparansi, dan akuntabilitas.

Tantriana dan Rahmawati (2018) telah melakukan penelitian tentang *The Analysis of Surabaya Muzaki's Preference for Zakat Payment through Zakat Digital Method*. Berdasarkan hasil analisis, ditemukan bahwa variabel pengetahuan zakat, tingkat kepastian dan tingkat kepuasan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi muzaki untuk pembayaran zakat. Rekomendasi dari penelitian ini adalah bahwa para pembuat kebijakan harus sering mempromosikan penggunaan zakat digital sehingga lebih banyak orang mungkin akan mengetahui metode pembayaran zakat digital.

Tabel 5 menunjukkan penerimaan zakat di BAZNAS Pusat dari awal tersedia layanan pengumpulan dana zakat secara digital. Jumlah zakat yang terkumpul dengan menggunakan metode *online* mengalami peningkatan setiap tahunnya. Penduduk Indonesia yang menggunakan internet mencapai 171.17 juta jiwa (APJII 2018) dari total penduduk Indonesia sebanyak 237 juta jiwa (BPS 2010) atau sebesar 72.2% dari total penduduk Indonesia. Akan tetapi, perbandingan antara jumlah penerimaan zakat secara *online* dan *offline* masih berbeda jauh dari yang seharusnya mayoritas penduduk Indonesia sudah bisa membayar zakat secara *online*.

Tabel 5 Penerimaan Zakat di BAZNAS Pusat

| Tahun | Online (milyar rupiah) | Offline (milyar rupiah) | Total (milyar rupiah) | Proporsi terhadap total zakat terkumpul (Online) |
|-------|---------------------------|----------------------------|--------------------------|---|
| 2016 | 0.49 | 96.91 | 97.4 | 0.5% |
| 2017 | 4.4 | 133.1 | 137.5 | 3.2% |
| 2018 | 13 | 138.3 | 151.3 | 8.5% |
| 2019 | 40 | 200 | 240 | 16.6% |

Sumber: BAZNAS 2019

Gambar 1 menunjukkan pengumpulan zakat oleh BAZNAS di beberapa kota yang berada di pulau Jawa, Bali, NTB dan NTT. Pulau Jawa adalah pulau dengan pengumpulan zakat terbanyak dan dari data tersebut menunjukkan bahwa pengumpulan zakat di BAZNAS terbanyak terdapat pada Kota Bandung. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Kota Bandung sudah memiliki kesadaran membayar zakat yang tinggi.



Sumber: BAZNAS 2019

Gambar 1 Pengumpulan Zakat Pada Pulau Jawa, Bali, NTB, dan NTT

Berdasarkan hal tersebut, maka penulis mencoba untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi preferensi muzaki Kota Bandung dalam berzakat *online*. Oleh karena itu, penelitian ini akan menggali beberapa aspek pertanyaan, diantaranya:

1. Bagaimana karakteristik responden Muzaki Kota Bandung yang berzakat *online*?

2. Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi preferensi muzaki Kota Bandung dalam berzakat *online*?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi karakteristik responden muzaki Kota Bandung yang berzakat *online*.
2. Menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi preferensi muzaki Kota Bandung dalam berzakat *online*.

Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Bagi akademisi, penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi bagi penelitian lain yang berkaitan dengan zakat.
2. Bagi amil zakat, penelitian ini dapat memberikan manfaat dan bahan kajian lebih lanjut dalam menentukan strategi dalam penghimpunan zakat melalui layanan *online*.
3. Bagi masyarakat, penelitian ini dapat bermanfaat menjadi sumber informasi dalam memperluas wawasan terkait zakat *online*.
4. Bagi pemangku kebijakan, penelitian ini dapat digunakan sebagai literasi dalam menentukan kebijakan penghimpunan zakat di nasional.

Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini bertujuan mengetahui karakteristik responden dan faktor-faktor yang memengaruhi preferensi muzaki Kota Bandung dalam berzakat *online*. Kriteria responden adalah muzaki Kota Bandung yang membayar zakat. Pengambilan sampel dalam penelitian ini ialah sebanyak 60 responden, baik yang membayar zakat secara *offline* atau *online* (*online payment channel*, pembayaran *via transfer, e-commerce, apps, dan social media*) di BAZNAS, Dompot Dhuafa, Rumah Zakat Indonesia, dan lembaga zakat lainnya.

TINJAUAN PUSTAKA

Zakat

Pengertian Zakat

Kata zakat menurut bahasa mempunyai beberapa arti, yaitu bertumbuh dan berkembang. Secara istilah, zakat adalah bagian dari harta dengan persyaratan tertentu, yang Allah SWT mewajibkan kepada pemilik harta tersebut untuk diserahkan kepada yang berhak menerimanya sesuai persyaratan tertentu pula. Hubungan dari pengertian zakat menurut Bahasa dan istilah sangat nyata dan erat sekali, yaitu harta yang dikeluarkan zakatnya karena Allah SWT akan menjadi tumbuh, bertambah, dan berkembang (Hafidhuddin 2002).

Menurut Hafidhuddin dan Pramulya (2008), zakat adalah ibadah *maaliyyah ijtima'iyah* yang memiliki posisi sangat penting dan strategis, zakat juga dapat menentukan pembangunan kesejahteraan umat. Zakat merupakan salah satu rukun Islam yang lima sehingga dapat dianggap zakat merupakan bagian mutlak dari keislaman seseorang.

Hikmah dan Manfaat Zakat

Zakat adalah ibadah yang wajib karena merupakan salah satu rukun (rukun ketiga) dari rukun Islam yang lima. Di dalam ibadah zakat mengandung hikmah dan manfaat yang besar serta mulia, baik yang berkaitan dengan orang yang mengeluarkan zakat (Muzaki), penerima zakat tersebut (mustahik), harta yang dikeluarkan zakatnya, maupun bagi masyarakat. Menurut Hafidhuddin (2002) hikmah dan manfaat zakat tersebut, yaitu:

1. Zakat sebagai wujud keimanan, rasa syukur kepada-Nya, membentuk akhlak yang mulia, menghilangkan sifat kikir dan rakus, mendapatkan ketenangan hidup, dan membersihkan serta menumbuhkan harta yang dimiliki.
2. Zakat dapat menolong, membantu, dan membina para mustahik, terutama fakir miskin untuk mendapatkan kehidupan yang lebih baik dan lebih sejahtera. Zakat diharapkan dapat memenuhi mustahik untuk hidup yang lebih layak, sehingga dapat beribadah kepada Allah SWT, dan terhindar dari kekufuran, iri, dengki, dan hasad.
3. Zakat dapat sebagai fungsi amal bersama, yaitu penghubung antara orang-orang yang kaya dan berkecukupan hidupnya dan para pejuang di jalan Allah yang waktu sepenuhnya digunakan untuk berjuang di jalan Allah, sehingga tidak memiliki waktu dan kesempatan untuk berusaha menafkahi diri dan keluarganya.
4. Zakat sebagai salah satu sumber dana untuk pembangunan sarana maupun prasarana yang harus dimiliki umat Islam, seperti sarana ibadah, pendidikan, kesehatan, sosial maupun ekonomi, dan sarana pengembangan kualitas sumberdaya manusia muslim.
5. Zakat untuk memasyarakatkan etika bisnis yang benar, karena zakat adalah mengeluarkan bagian dari hak orang lain dari harta yang dimiliki dan didapatkan secara halal.

Zakat merupakan salah satu instrumen yang berfungsi untuk pemerataan pendapatan. Zakat yang dikelola dengan baik dapat membangun pertumbuhan ekonomi dan pemerataan pendapatan masyarakat. Dengan adanya zakat dapat mencegah terjadinya pemusatan harta pada satu tangan saja dan mendorong masyarakat melakukan untuk melakukan investasi dan distribusi, sehingga zakat menjadi penyebab harta akan selalu beredar.

Preferensi

Preferensi adalah kecenderungan atau pilihan seorang konsumen yang menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk atau jasa yang ada (Kotler 2006). Setiap orang mempunyai sikap yang berbeda-beda dalam memandang atribut yang dianggap relevan penting, dan akan memberikan perhatian terbesar pada atribut yang-memberikan manfaat-manfaat yang dicarinya.

Preferensi merupakan wujud dari perilaku seseorang yang dipengaruhi oleh faktor internal seperti jenis kelamin, keturunan, kepribadian intelegensia dan bakat serta faktor eksternal seperti pendidikan, agama, kebudayaan, lingkungan serta sosial ekonomi (Kotler 2009).

Organisasi Pengolal Zakat (OPZ)

Indonesia memili dua macam organisasi pengelola zakat yang bertugas untuk melakukan kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat, yaitu Badan Amil Zakat (BAZ) yang dibentuk oleh pemerintah dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang dibentuk oleh masyarakat. BAZ maupun LAZ memiliki misi yang sama, yaitu mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan keadilan social. Hal tersebut merupakan salah satu bentuk bukti kepedulian Islam terhadap kaum tidak berpunya, yaitu dengan menghadirkan lembaga zakat yang berfungsi sebagai tempat untuk mengumpulkan dan mendistribusikan dana kepada masyarakat yang membutuhkan (Hidayat 2010).

Ada beberapa hal yang menjadi pertimbangan dalam pengelolaan zakat melalui lembaga, yaitu (Hafidhuddin 2002):

1. Menjamin kepastian dan disiplin pembayaran zakat
2. Menjaga perasaan mustahik bila berhadapan langsung untuk menerima haknya dari muzaki
3. Mencapai efisiensi, efektivitas, dan sasaran yang tepat dalam pendistribusian zakat

Memperlihatkan syiar Islam dan semangat penyelenggaraan negara dan pemerintahan yang islami. Sebaliknya, jika zakat diserahkan langsung dari muzaki ke mustahik tanpa campur tangan lembaga, maka nasib, dan hak para mustahik terhadap muzaki tidak mendapatkan jaminan pasti.

Zakat Online

Penggunaan zakat *online* merupakan platform untuk memudahkan para muzaki dalam mengecek informasi pembayaran zakat selama setahun, mencetak laporan zakat, memenuhi kewajiban zakat secara *online* (Jamaludin, *et al*). Menurut Wahab dan Rahman (2013), berkenaan tentang zakat ditemukan tiga kemajuan teknologi berbeda yang tersedia di lembaga zakat yaitu *Zakat Payment System* (ZPS), *Operational Websites* (WEB), dan *Computerized Zakat System* (CZS).

Penelitian Terdahulu

Azizah (2016) melakukan penelitian tentang Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Preferensi Muzaki Kota Bogor dalam Menyalurkan Zakat Penghasilan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan regresi logistik. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi preferensi muzaki di Kota Bogor dalam menyalurkan zakat penghasilan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan zakat, kepercayaan terhadap lembaga, lama pendidikan, institusi tempat bekerja,

pendapatan, aksesibilitas, dan usia berpengaruh signifikan terhadap preferensi muzaki dalam menyalurkan zakat penghasilan.

Mahanani (2014) melakukan penelitian tentang Faktor-Faktor yang Memengaruhi Preferensi Pegawai Berzakat di UPZ LAZ IPB. Metode analisis yang digunakan adalah regresi logistik. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan perkembangan zakat profesi di UPZ LAZ IPB serta faktor-faktor yang memengaruhi preferensi pegawai IPB dalam berzakat melalui UPZ LAZ IPB. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan dan jabatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi pegawai IPB dalam menyalurkan zakat penghasilan melalui UPZ LAZ IPB, dan alasan terbesar tidak membayar zakat melalui UPZ LAZ IPB adalah kemudahan dalam berzakat secara langsung.

Santika (2015) melakukan penelitian tentang Analisis Potensi Zakat dan Faktor-Faktor yang Memengaruhi Muzaki Membayar Zakat di Kota Bogor. Metode analisis yang digunakan adalah analisis faktor. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis potensi zakat dan faktor-faktor yang memengaruhi muzaki membayar zakat di Kota Bogor, serta mengidentifikasi alasan muzaki memilih tempat berzakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa potensi zakat Kota Bogor tahun 2015 mencapai Rp462 402 202 437, sedangkan hasil analisis faktor diketahui bahwa faktor-faktor yang memengaruhi muzaki membayar zakat di Kota Bogor yaitu faktor organisasi, kepedulian sosial, pemahaman zakat, pemahaman agama, balasan dan keimanan. Alasan muzaki memilih berzakat di organisasi formal seperti BAZNAS atau UPZ dan LAZNAS adalah faktor transparansi sedangkan alasan muzaki yang membayar langsung kepada mustahik adalah faktor lingkungan.

Vendi (2014) melakukan penelitian tentang Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Muzaki dalam Membayar Zakat: Studi Kasus Kabupaten Dharmasraya Provinsi Sumatera Barat. Metode analisis yang digunakan adalah analisis faktor. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi Muzaki dalam membayar zakat sekaligus menganalisis alasan yang memengaruhi Muzaki dalam memilih tempat zakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi Muzaki dalam membayar zakat adalah faktor kepuasan, keimanan, kecakapan OPZ, sosialisasi dan publikasi, balasan dan faktor regulasi. Alasan utama Muzaki dalam memilih OPZ dalam berzakat adalah faktor fatwa ulama dan tokoh setempat, selanjutnya karena alasan kemudahan, sedangkan alasan utama Muzaki memberikan zakat langsung kepada mustahik adalah karena kepuasan, kemudahan dan kenyamanan.

Tantriana dan Rahmawati (2018) melakukan penelitian tentang *The Analysis of Surabaya Muzaki's Preference for Zakat Payment through Zakat Digital Method*. Metode Analisis yang digunakan adalah distribution analysis, cross tabulation, logit, multi-nominal logit dan qualitative description. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat preferensi masyarakat Surabaya dalam menentukan cara pembayaran zakat di era digital, yang dimana Muzaki tidak perlu datang ke lembaga zakat tetapi mereka dapat melakukannya secara digital. Hasil penelitian menunjukkan seberapa efektif metode pembayaran zakat digital telah dilakukan. Berdasarkan hasil analisis, ditemukan bahwa variabel pengetahuan zakat, tingkat kepastian dan tingkat kepuasan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi muzaki untuk pembayaran zakat. Rekomendasi dari penelitian ini adalah bahwa para pembuat kebijakan harus sering mempromosikan penggunaan zakat

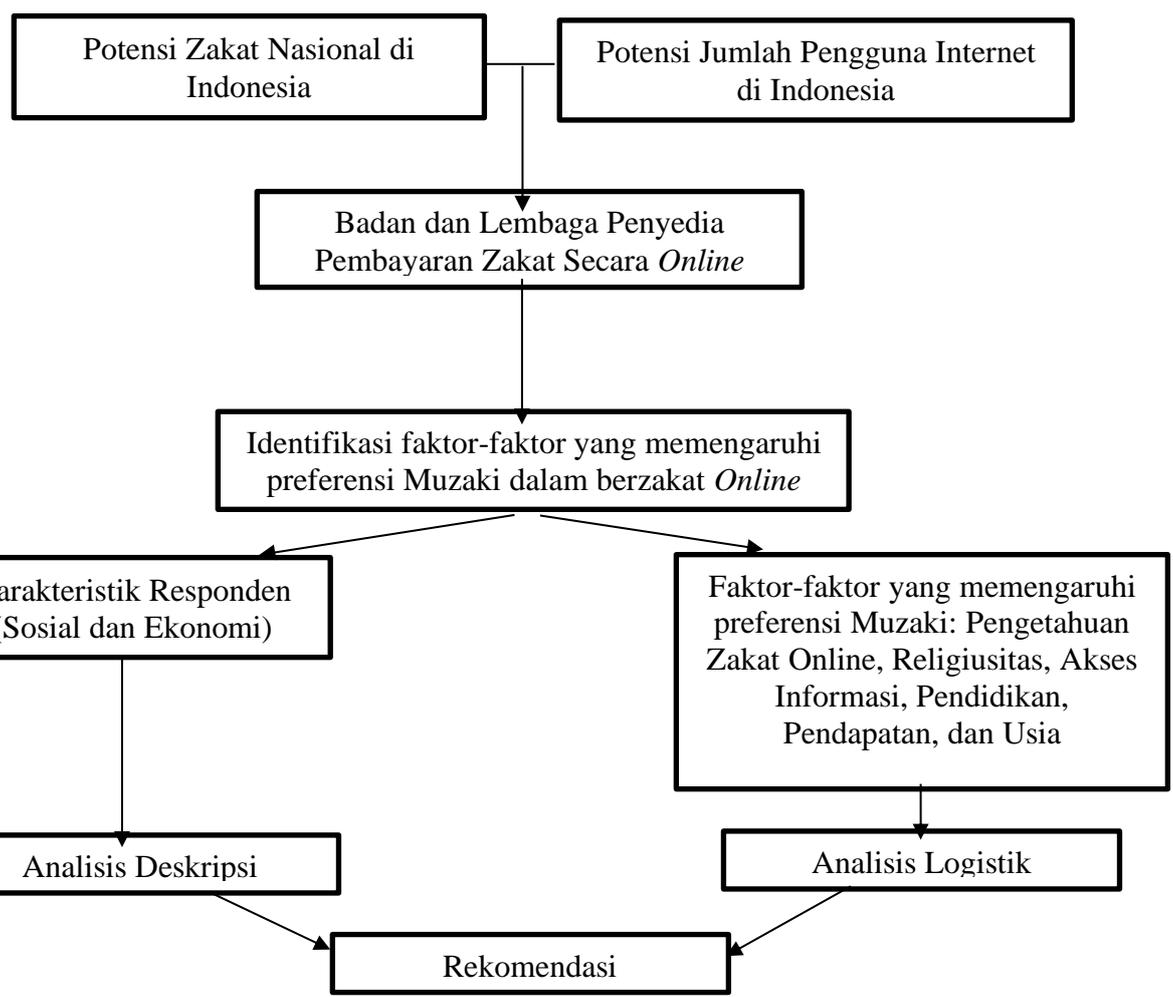
digital sehingga lebih banyak orang mungkin akan mengetahui metode pembayaran zakat digital.

Jamaludin, Wahab, dan Hamed (2017) melakukan penelitian tentang *Muslims Perception On Online Zakat Usage In Kuala Lumpur*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis faktor dan analisis regresi. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan manfaat yang dirasakan, persepsi kemudahan penggunaan, keamanan dan privasi, dan kepercayaan pada penggunaan zakat *online*. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa semua variabel independen berkorelasi signifikan dengan penggunaan zakat *online*. Analisis lebih lanjut menggunakan analisis regresi berganda menunjukkan bahwa hanya kepercayaan, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan yang berpengaruh signifikan terhadap penggunaan zakat *online*. Studi ini menyarankan kepada lembaga zakat bahwa kepercayaan, persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan, penting dalam mendorong penggunaan zakat *online*. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat menjadi pedoman bagi lembaga zakat untuk melakukan peningkatan dalam hal penggunaan zakat *online* di masa depan.

Jamila (2018) melakukan penelitian tentang Analisis Efisiensi & Efektivitas Zakat Payroll System dan Zakat Digital Terhadap Penerimaan Zakat Pada BAZNAS Periode 2016-2017. Metode analisis yang digunakan adalah *Data Envelopment Analysis (DEA)* dan *Allocation to Collection Ratio (ACR)*. Penelitian ini bertujuan menganalisis tingkat efisiensi dan efektivitas dari zakat payroll system dan zakat digital terhadap penerimaan dana zakat pada BAZNAS tahun 2016-2017. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik zakat payroll system maupun zakat digital memiliki tingkat efisiensi dan efektifitas yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran masyarakat dalam menunaikan zakat profesi sudah tinggi.

Kerangka Pemikiran

Indonesia dengan mayoritas masyarakatnya adalah beragama Islam dan merupakan negara dengan populasi muslim terbanyak di dunia memiliki potensi besar untuk memanfaatkan sumber dana keuangan Islam untuk mengatasi masalah kemiskinan, salah satunya adalah zakat yang memiliki potensi zakat nasional sebesar Rp217 triliun. Dalam mencapai potensi zakat nasional tersebut, dengan melihat pertumbuhan masyarakat yang menggunakan internet setiap tahunnya, banyak lembaga amal zakat yang mulai menyediakan layanan *online* dalam pembayaran zakat untuk para muzaki. Namun, sudah beberapa tahun sejak layanan pembayaran zakat secara *online* di berbagai lembaga amal zakat, perbandingan antara jumlah penerimaan zakat secara *online* dan *offline* masih berbeda jauh. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi preferensi muzaki Kota Bandung dalam berzakat *online*.



Gambar 2 Kerangka Pemikiran

Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari suatu permasalahan dalam penelitian yang akan diuji. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel pengetahuan zakat *online* berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan muzaki dalam membayar zakat secara *online*.
2. Variabel religiusitas berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan muzaki dalam membayar zakat secara *online*.
3. Variabel akses informasi berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan muzaki dalam membayar zakat secara *online*.
4. Variabel pendidikan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan muzaki dalam membayar zakat secara *online*.
5. Variabel pendapatan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan muzaki dalam membayar zakat secara *online*.
6. Variabel usia berpengaruh negatif terhadap keputusan muzaki dalam membayar zakat secara *online*.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei 2020. Penelitian ini dilakukan di Kota Bandung. Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan bahwa Kota Bandung merupakan salah satu kota dengan pengumpulan zakat terbanyak merujuk pada data Baznas.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui hasil pengisian kuesioner oleh muzaki Kota Bandung. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber yang relevan yaitu Badan Pusat Statistik, Badan Amil Zakat Nasional, Lembaga Amil Zakat, dan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.

Metode Penentuan dan Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Populasi sampel dalam penelitian ini adalah muzaki Kota Bandung yang pernah membayar zakat di BAZNAS, Dompot Dhuafa, Rumah Zakat Indonesia, dan lembaga zakat lainnya, baik melakukan pembayaran secara *online* (*online payment channel*, pembayaran *via transfer*, *e-commerce*, *apps*, dan *social media*) maupun secara *offline*. Sekaran dan Bougie (2013) menegaskan bahwa jumlah sampel lebih besar dari 30 dan kurang dari 500. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 60, dimana 30 berasal dari muzaki yang membayar zakat secara *online* dan 30 adalah muzaki yang membayar zakat secara *offline*.

Metode Analisis dan Pengolahan Data

Pendekatan analisis kuantitatif digunakan untuk menampilkan data dalam bentuk tabel yang diperoleh dari hasil kuisisioner dan pendekatan analisis kualitatif digunakan untuk menjelaskan hasil penelitian yang dijelaskan tidak dalam bentuk angka. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif untuk menjawab pertanyaan karakteristik responden Muzaki Kota Bandung dan metode regresi logistik digunakan untuk menjawab pertanyaan faktor-faktor yang memengaruhi preferensi Muzaki Kota Bandung dalam berzakat *Online*. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan *software Microsoft Excel 2013* dan program *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) 20.

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah metode yang digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik responden dari hasil penelitian. Data yang diperoleh dengan melakukan penyebaran kuesioner dikelompokkan pada tabel berdasarkan kategori dan dijelaskan dalam bentuk narasi.

Analisis Regresi Logistik

Analisis yang digunakan untuk menganalisis variabel-variabel yang memengaruhi keputusan Muzaki dalam berzakat *online* adalah regresi logistik. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara respon dengan satu atau lebih variabel penjelasnya. Apabila variabel respon memiliki dua buah nilai, yaitu sukses dan gagal maka permodelan statistika yang digunakan adalah regresi logistik (Agresti 2007).

Salah satu ukuran asosiasi dan penduga parameter yang didapatkan dari analisis regresi logistik adalah dengan *odds ratio*. *Odds* merupakan peluang kemungkinan terjadinya suatu kejadian dibandingkan dengan peluang tidak terjadinya kejadian tersebut. *Ratio* berfungsi mengidentifikasi seberapa mungkin dalam kaitannya dengan nilai *odds* munculnya kejadian sukses pada suatu kelompok dibandingkan dengan kelompok lain (Firdaus *et al* 2011).

Pada penelitian ini, analisis regresi logistik digunakan untuk menganalisis factor-faktor yang memengaruhi keputusan muzaki dalam memilih berzakat *online*. Variabel penjelas yang digunakan yaitu pengetahuan zakat *online*, religiusitas, akses informasi, pendidikan, pendapatan, dan usia. Model logit yang digunakan adalah:

$$y_t = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + U_t \dots (1)$$

Keterangan:

- y_t = Keputusan responden dalam memilih berzakat secara *Online* (bernilai 1 untuk “memilih berzakat secara *Online*” dan 0 untuk “memilih berzakat secara *Offline*”)
- α = Intersep
- β_i = Parameter Peubah
- X_1 = Pengetahuan Zakat *Online*
- X_2 = Religiusitas
- X_3 = Akses Informasi
- X_4 = Pendidikan
- X_5 = Pendapatan
- X_6 = Usia
- U_t = Galat atau *error*

$$Odds Ratio = \frac{P_i}{1-P_i} \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan: P_i = Rasio peluang terjadinya pilihan 1

Odds Ratio adalah rasio antara peluang untuk terjadinya kejadian 1 (muzaki Kota Bandung memilih berzakat *online*) terhadap peluang untuk terjadinya kejadian 0 (muzaki Kota Bandung memilih berzakat *offline*). Menurut Ghazali (2016) ada

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

beberapa langkah untuk menganalisis regresi logistik karena tidak mensyaratkan data yang berdistribusi normal, antara lain:

1. Kelayakan Model Regresi Logistik (*Goodness of fit*)

Langkah pertama untuk menggunakan regresi logistik adalah dengan menilai *overall fit* model terhadap data. Hipotesis untuk menilai model fit adalah:

H_0 : Model yang dihipotesakan fit dengan data

H_1 : Model yang dihipotesakan tidak fit dengan data.

Dari hipotesis ini tidak akan menolak hipotesa nol agar model fit dengan data.

Untuk menilai model fit ada beberapa tes statistik yang digunakan di antaranya:

a. Nilai $-2 \text{ Log Likelihood}$ (-2 Log L)

Statistik yang digunakan berdasarkan pada fungsi *likelihood*. *Likelihood* L dari model adalah probabilitas bahwa model yang dihipotesakan menggambarkan data input. Untuk menguji hipotesis nol dan alternatif, L ditransformasikan menjadi -2LogL . Statistik -2LogL kadang-kadang disebut *likelihood* rasio χ^2 statistik, dimana χ^2 distribusi dengan *degree of freedom* $n-q$, q adalah jumlah parameter. Statistik -2LogL dapat juga digunakan untuk menentukan, jika variabel bebas ditambahkan kedalam model apakah secara signifikan memperbaiki model fit. Selisih -2LogL untuk model dengan konstanta saja dan -2LogL untuk model dengan konstanta dan variabel bebas didistribusikan sebagai χ^2 dengan data fit (selisih data fit kedua model).

b. *Omnibus Test of Model Coefficient*

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Nilai *Chi-square* dalam *omnibus test of model coefficient* merupakan penurunan nilai $-2 \text{ Log Likelihood}$. Apabila nilai *Chi-square* menunjukkan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan variabel independen dalam model penelitian secara simultan dapat memprediksi variabel dependen.

c. *Koefisien Cox dan Snell's R square dan Nagelkerke's R square*

Cox dan Snell's R square merupakan ukuran yang mencoba meniru ukuran R^2 pada *mutiple regression* yang didasarkan pada teknik estimasi *likelihood* dengan nilai maksimum kurang dari 1 (satu) sehingga sulit diinterpretasikan. *Nagelkerke's R square* merupakan modifikasi dari koefisien *Cox dan Snell* untuk memastikan bahwa nilainya bervariasi dari 0 (nol) sampai 1 (satu). Hal ini dilakukan dengan cara membagi nilai *Cox dan Snell R²* dengan nilai maksimumnya. Nilai *Nagelkerke's R²* dapat diinterpretasikan seperti nilai R^2 pada *mutiple regression*.

d. *Hosmer and Lemeshow's test*

Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test menguji hipotesis nol bahwa data empiris cocok atau sesuai dengan model (tidak ada perbedaan antara model dengan data sehingga model dapat dikatakan fit). Jika nilai *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test* statistik sama dengan atau kurang dari 0.05, maka hipotesis nol ditolak yang berarti ada perbedaan signifikan antara model nilai observasinya sehingga *Goodness fit of model* tidak baik karena model tidak dapat memprediksi nilai observasinya. Jika nilai statistik *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit* lebih besar dari 0.05, maka hipotesis nol tidak dapat ditolak dan berarti model mampu

memprediksi nilai observasinya atau dapat dikatakan model dapat diterima karena cocok dengan data observasinya.

2. Ketepatan Prediksi Klasifikasi

Tabel klasifikasi 2 X 2 digunakan untuk menghitung nilai estimasi yang benar (*correct*) dan salah (*incorrect*). Pada kolom 2 nilai prediksi dari variabel dependen yaitu membayar zakat secara *online* diberi nilai 1 (satu) dan membayar zakat secara *offline* diberi nilai 0 (nol) sedangkan pada baris menunjukkan nilai observasi sesungguhnya dari variabel dependen yaitu membayar zakat secara *online* diberi nilai 1 (satu) dan membayar zakat secara *offline* diberi nilai 0 (nol). Pada model yang sempurna, maka semua kasus akan berada pada tingkat diagonal dengan tingkat ketepatan peramalan 100%.

3. Uji Hipotesis

Hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan *Uji Wald*. *Uji Wald* ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara signifikan. Adapun pengambilan keputusan dalam pengujian hipotesis ini sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $Wald < 0,5$, maka hipotesis nol ditolak. Hal ini berarti ada pengaruh antara variabel prediktor X yaitu terhadap variabel respon Y.
2. Jika nilai signifikansi $Wald > 0,5$, maka hipotesis nol diterima. Hal ini berarti tidak ada pengaruh antara variabel prediktor X terhadap variabel respon Y.

Batasan dan Definisi Operasional

Variabel yang dianalisis dalam penelitian ini didefinisikan pada tabel berikut:

Tabel 6 Definisi variabel operasional

| Variabel | Definisi operasional dan pengukuran data | Indikator | Referensi |
|---|---|--|---|
| Pengetahuan Zakat <i>Online</i> (X ₁) | Variabel untuk mengukur tingkat pengetahuan seorang Muslim tentang zakat <i>online</i> dan pengetahuan terkait membayar zakat secara <i>online</i> . (skala likert) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan tentang informasi zakat <i>Online</i> 2. Mengetahui hukum zakat <i>Online</i> 3. Mengetahui manfaat zakat <i>Online</i> | Tantriana and Rahmawati (2018) |
| Religiusitas (X ₂) | Religiusitas merupakan internalisasi nilai-nilai agama pada kebiasaan dan tingkah laku seseorang. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Percaya Allah 2. Selalu melaksanakan kewajiban sebagai seorang Muslim | The Centrality of Religiosity Scale (Hubler 2012) dan (QS. Al |

| | | | |
|-----------------------------------|---|--|--------------------|
| | | 3. Menghindari hal-hal yang dilarang oleh agama | Mu'minin [23]: 3-4 |
| Akses Informasi (X ₃) | Aksesibilitas seseorang dalam mendapatkan informasi mengenai zakat <i>Online</i> (skala likert) | 1. Kemudahan dalam mendapatkan informasi 2. Keinginan untuk mencari informasi | Azizah (2016) |

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Umum Responden

Responden pada penelitian ini berjumlah 60 responden, dengan pembagian 30 responden Muzaki Kota Bandung yang membayar zakat secara *online* dan 30 responden muzaki Kota Bandung yang membayar zakat secara *offline*. Karakteristik responden yang dibahas meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, pendapatan per bulan.

Hasil yang diperoleh pada penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik dari responden berdasarkan aspek sosial dan ekonominya sangat beragam (Tabel 7). Pada kategori jenis kelamin, responden didominasi oleh jenis kelamin perempuan berjumlah 33 orang atau 55% dari keseluruhan responden. Pada kategori usia, responden didominasi oleh usia lebih dari 50 tahun berjumlah 19 orang atau 32% dari keseluruhan responden. Pada kategori pendidikan terakhir, responden didominasi oleh pendidikan terakhir di jenjang Sarjana berjumlah 27 orang atau 45%. Berdasarkan jenis pekerjaan, didominasi oleh responden dengan pekerjaan sebagai Pegawai Swasta berjumlah 17 orang atau 28%. Berdasarkan pendapatan per bulan, didominasi oleh responden dengan pendapatan direntang 5 juta sampai 10 juta per bulan yakni berjumlah 35 orang atau 58%.

Tabel 7 Karakteristik umum responden secara keseluruhan

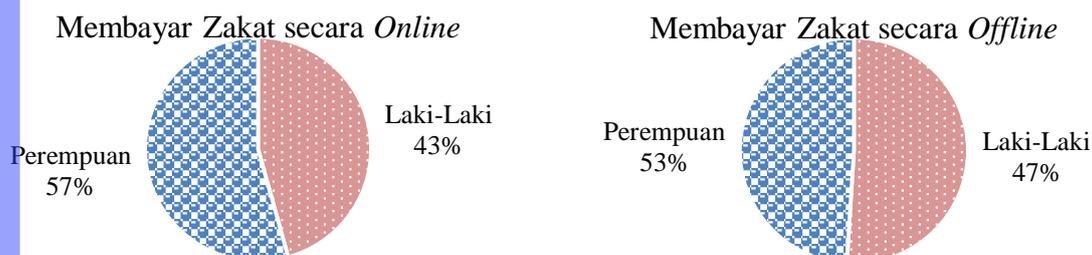
| Karakteristik | Kategori | Total | Persentase (%) |
|---------------|---------------|-------|----------------|
| Jenis Kelamin | Laki-laki | 27 | 45 |
| | Perempuan | 33 | 55 |
| Usia (tahun) | 21-30 | 13 | 22 |
| | 31-40 | 11 | 18 |
| | 41-50 | 17 | 28 |
| | >50 | 19 | 32 |
| | | | |
| Pendidikan | SMA/Sederajat | 3 | 5 |
| | Diploma | 8 | 13 |
| | Sarjana | 27 | 45 |
| | Pasca Sarjana | 17 | 29 |
| | Doktor | 5 | 8 |
| Pekerjaan | PNS | 16 | 27 |

| | | | |
|------------|-------------------------|----|----|
| | Pegawai BUMN | 4 | 7 |
| | Pegawai Swasta | 17 | 28 |
| | Wiraswasta | 13 | 22 |
| | Profesional | 3 | 5 |
| | TNI/POLRI | 1 | 1 |
| | Lainnya | 6 | 10 |
| Pendapatan | 5 000 000 - 10 000 000 | 35 | 58 |
| | 10 000 001 - 15 000 000 | 14 | 24 |
| | 15 000 001 - 20 000 000 | 6 | 10 |
| | >20 000 000 | 5 | 8 |

Sumber: Data Primer 2020 (diolah)

Jenis Kelamin

Pada Gambar 3 diketahui bahwa secara keseluruhan jumlah responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden perempuan yaitu sebanyak 55% sedangkan sisanya berjenis kelamin laki-laki yakni sebanyak 45%. Berdasarkan kategori Muzaki yang membayar zakat secara *online*, 43% adalah laki-laki dan 57% adalah perempuan. Pada kategori muzaki yang membayar zakat secara *offline* menunjukkan 47% adalah laki-laki dan 53% adalah perempuan.



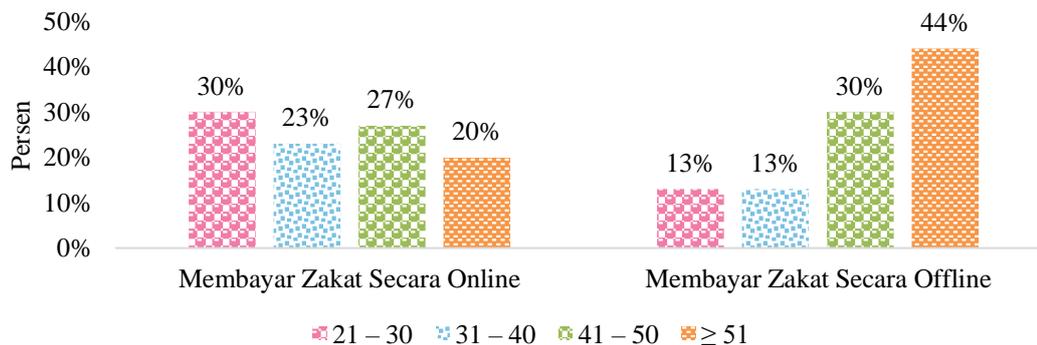
Sumber: Data Primer 2020 (diolah)

Gambar 3 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Usia

Hasil perolehan data diketahui bahwa usia termuda dari responden yaitu 21 tahun dan usia tertua yaitu 63 tahun. Berdasarkan hasil pengambilan data secara keseluruhan diketahui bahwa usia lebih dari 50 tahun mendominasi pada penelitian ini sebesar 32 persen. Berdasarkan kategori muzaki yang membayar zakat secara *online* terdapat 30 persen responden berusia 21 sampai 30 tahun, 23 persen responden berusia 31 sampai 40 tahun, 27 persen berusia 41 sampai 50 tahun dan 20 persen berusia lebih dari sama dengan 51 tahun. Kategori muzaki yang membayar zakat secara *offline*, terdapat 13 persen berusia 21 sampai 30 tahun, 13 persen berusia 31 sampai 40 tahun, 30 persen berusia 41 sampai 50 tahun dan 44 persen berusia lebih dari sama dengan 51 tahun. Hal tersebut terdapat pada Gambar 4, dimana dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa pembayaran zakat secara *online*

didominasi oleh generasi milineal, berbeda dengan muzaki yang membayar zakat secara *offline* yang didominasi oleh orang-orang yang sudah berumur.

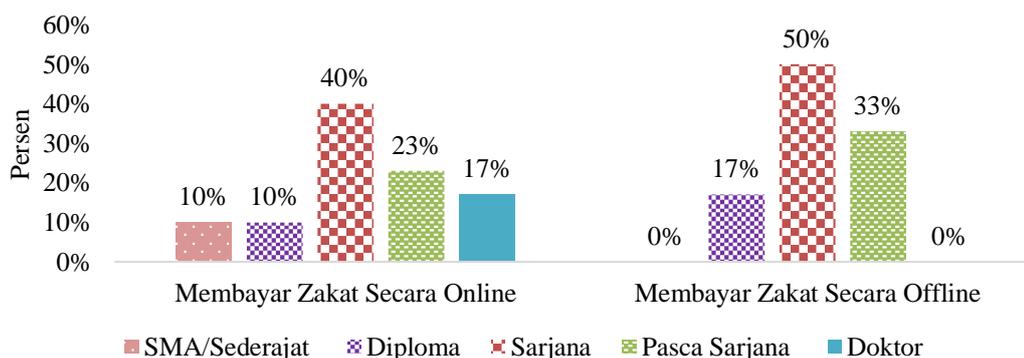


Sumber: Data Prime 2020 (diolah)

Gambar 4 Karakteristik responden berdasarkan usia

Pendidikan

Berdasarkan hasil penelitian, karakteristik pendidikan (Gambar 5) didominasi oleh responden dengan pendidikan terakhir Sarjana yakni sebesar 45 persen. Jika dilihat berdasarkan kategori muzaki yang membayar zakat secara *online* terdapat 10 persen responden dengan pendidikan terakhir SMA/ sederajat, 10 persen responden dengan pendidikan terakhir Diploma, 40 persen responden dengan pendidikan terakhir Sarjana, 23 persen responden dengan pendidikan terakhir Pasca Sarjana dan 17 persen responden dengan pendidikan terakhir Doktor. Berdasarkan kategori muzaki yang membayar zakat secara *offline* terdapat 17 persen responden dengan pendidikan terakhir Diploma, 50 persen responden dengan pendidikan terakhir Sarjana dan 33 persen responden dengan pendidikan terakhir Pasca Sarjana. Muzaki pada penelitian ini adalah orang-orang dengan berpendidikan tinggi.



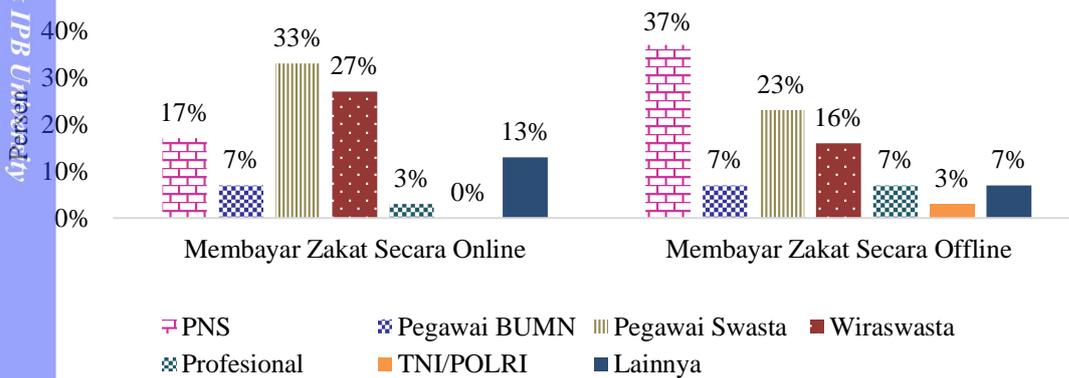
Sumber: Data Primer 2020 (diolah)

Gambar 5 Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan

Pekerjaan

Berdasarkan hasil penelitian, karakteristik jenis pekerjaan (Gambar 6) didominasi oleh responden dengan jenis pekerjaan pegawai swasta yakni sebesar 28 persen. Jika dilihat berdasarkan karakteristik muzaki yang membayar zakat secara *online* terdapat 17 persen yang berprofesi sebagai PNS, 7 persen yang berprofesi sebagai pegawai BUMN, 33 persen yang berprofesi sebagai pegawai

swasta, 27 persen yang berprofesi sebagai wiraswasta, 3 persen yang berprofesi sebagai profesional dan 13 persen berprofesi lainnya. Sedangkan pada karakteristik muzaki yang membayar zakat secara *offline* terdapat 37 persen yang berprofesi sebagai PNS, 7 persen yang berprofesi sebagai pegawai BUMN, 23 persen yang berprofesi sebagai pegawai swasta, 16 persen yang berprofesi sebagai wiraswasta, 7 persen yang berprofesi sebagai profesional, 3 persen yang berprofesi sebagai TNI/POLRI dan 7 persen berprofesi lainnya. Hasil penelitian berdasarkan pekerjaan menunjukkan bahwa muzaki yang membayar zakat secara *online* adalah muzaki yang bekerja sebagai pegawai swasta.

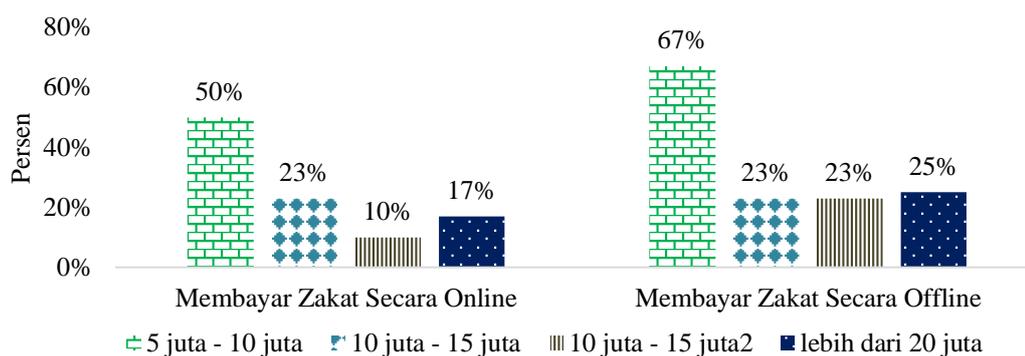


Sumber: Data Primer 2020 (diolah)

Gambar 6 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Pendapatan

Pada Gambar 7 menunjukkan karakteristik responden berdasarkan pendapatan per bulan yaitu secara keseluruhan responden dengan pendapatan diantara 5 juta sampai 10 juta rupiah per bulan mendominasi pada penelitian ini yakni sebesar 58 persen. Jika dilihat berdasarkan kategori muzaki yang membayar zakat secara *online* terdapat 50 persen responden berpendapatan 5 juta rupiah sampai 10 juta rupiah per bulan, 23 persen responden berpendapatan 10 juta rupiah sampai 15 juta rupiah per bulan, 10 persen responden berpendapatan 15 juta rupiah sampai 20 juta rupiah per bulan dan 17 persen responden dengan pendapatan lebih dari 20 juta rupiah per bulan. Sedangkan untuk kategori muzaki yang membayar zakat secara *offline* terdapat 67 persen responden berpendapatan 5 juta rupiah sampai 10 juta rupiah per bulan, 23 persen responden berpendapatan 10 juta rupiah sampai 15 juta rupiah per bulan, 10 persen berpendapatan 15 juta rupiah sampai 20 juta rupiah per bulan.



Sumber: Data Primer 2020 (diolah)

Gambar 7 Karakteristik responden berdasarkan pendapatan

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Preferensi Muzaki Kota Bandung dalam Membayar Zakat Online

Pengolahan data untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi preferensi muzaki Kota Bandung dalam membayar zakat *online* dilakukan dengan analisis regresi logistik, dimana tidak ada asumsi sebelum dilakukan pengolahan data. Data penelitian ini diolah menggunakan SPSS 20 dengan menguji nilai *Nagelkerke R Square* dan *Hosmer and Lemmshow* untuk mengetahui persentase ketepatan data yang dapat dijelaskan oleh model. Uji ketepatan prediksi model pada responden muzaki Kota Bandung yang membayar zakat secara *online* dan *offline* serta nilai signifikansi untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi preferensi muzaki Kota Bandung dalam berzakat *online*. Interpretasi hasil signifikansi menggunakan *odds ratio*.

Adapun faktor-faktor yang diduga memengaruhi responden yaitu variabel pengetahuan zakat *online*, religiusitas, akses informasi, pendidikan, pendapatan, dan usia. Variabel dependen yang digunakan menggunakan *dummy* variabel yaitu responden yang membayar zakat secara *online* ($Y=1$) dan responden yang membayar zakat secara *offline* ($Y=0$).

Berikut merupakan hasil analisis faktor-faktor yang memengaruhi preferensi muzaki Kota Bandung dalam berzakat *online*:

Tabel 8 *Omnibus Tests of Model Coefficients*

| | | <i>Chi-square</i> | df | Sig. |
|--------|-------|-------------------|----|------|
| Step 1 | Step | 43.710 | 6 | .000 |
| | Block | 43.710 | 6 | .000 |
| | Model | 43.710 | 6 | .000 |

Tabel 8 menunjukkan bahwa hasil *omnibus test of model*, nilai signifikansi model lebih kecil dari nilai taraf nyata 0.1 ($0.000 < 0.1$). Hal ini berarti bahwa secara serentak variabel bebas yang digunakan berpengaruh signifikan atau minimal ada satu variabel bebas (*independent*) yang berpengaruh terhadap preferensi muzaki Kota Bandung dalam berzakat *online*.

Tabel 9 Model Summary

| Step | -2 Log likelihood | Cox & Snell R Square | Nagelkerke R Square |
|------|---------------------|----------------------|---------------------|
| 1 | 39.468 ^a | .517 | .690 |

Sumber: Data primer 2020 (diolah)

Pada Tabel 9 diketahui bahwa hasil uji pada *Nagelkerke R square* adalah sebesar 0.690 yang berarti bahwa variabel independen yang digunakan mampu menjelaskan model sebesar 69 persen dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Tabel 10 Uji Hosmer and Lemeshow

| Step | Chi-square | Df | Sig. |
|------|------------|----|------|
| 1 | 6.739 | 8 | .565 |

Sumber: Data primer 2020 (diolah)

Adapun hipotesisnya yaitu :

H₀: Model telah cukup menjelaskan data (*goodness of fit*)

H₁: Model tidak cukup menjelaskan data

Pada Tabel 10 diketahui bahwa model yang digunakan adalah *fit* atau sudah sesuai, karena *p-value* (0.565) dimana nilai tersebut lebih besar dari taraf nyata 0.05 maka terima H₀. Hal tersebut berarti bahwa model tersebut telah cukup untuk menjelaskan data (*goodness of fit*) dan layak untuk digunakan dalam analisis.

Tabel 11 Pendugaan Paramater Logit

| Observed | Predicted | | | Percentage Correct |
|---------------------------|-------------------------|--------|----|--------------------|
| | Metode Pembayaran Zakat | | | |
| | Offline | Online | | |
| Metode Pembayaran Zakat | Offline | 25 | 5 | 83.3 |
| | Online | 4 | 26 | 86.7 |
| Overall Percentage | | | | 85.0 |

Sumber: Data primer 2020 (diolah)

Tabel 11 menjelaskan bahwa ketepatan pendugaan oleh model dalam mengklasifikasikan Muzaki yang membayar zakat secara *offline* adalah sebesar 83.3 persen dan Muzaki yang membayar zakat secara *online* adalah sebesar 86.7 persen. Model mampu memprediksi ketepatan model secara keseluruhan yaitu dengan persentase sebesar 85 persen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tabel 12 Faktor-faktor yang preferensi Muzaki Kota Bandung dalam berzakat *Online*

| | Variabel | Parameter | <i>P-Value.</i> | <i>Odds Ratio</i> |
|---------------------|---------------------------------|-----------|-----------------|-------------------|
| Step 1 ^a | Pengetahuan Zakat <i>Online</i> | .503 | .001* | 1.654 |
| | Religiusitas | .148 | .293 | 1.160 |
| | Akses Informasi | -.043 | .805 | .958 |
| | Pendidikan | .444 | .302 | 1.559 |
| | Pendapatan | .000 | .047* | 1.000 |
| | Usia | -.077 | .049* | .926 |

Keterangan: *signifikan pada taraf nyata 5 persen
**signifikan pada taraf nyata 10 persen

Pada Tabel 12 terdapat tiga variabel yang signifikan pada taraf nyata 5 persen yaitu variabel pengetahuan zakat *online*, pendapatan, dan usia. Variabel pengetahuan zakat *online* pada taraf nyata 5% menunjukkan nilai signifikansi (*P-Value*) sebesar 0.001 lebih kecil dari 0.05 yang berarti variabel pengetahuan zakat *online* berpengaruh signifikan terhadap preferensi muzaki Kota Bandung dalam berzakat *online*. Nilai koefisien dari hasil pengolahan bertanda positif, hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan zakat muzaki, maka peluang keputusan membayar zakat secara *online* semakin besar. Nilai *odds ratio* variabel pengetahuan zakat *online* sebesar 1.654, menunjukkan bahwa apabila pengetahuan zakat *online* muzaki lebih tinggi satu satuan maka peluang muzaki sebesar 1.654 kali lebih besar untuk membayar zakat secara *online*. Hal tersebut sudah sesuai dengan hipotesis yang diajukan dan didukung oleh penelitian Tantriana and Rahmawati (2018) yang menyatakan bahwa pengetahuan zakat *online* berpengaruh positif terhadap preferensi Muzaki dalam membayar zakat menggunakan metode *online*. Ketika pengetahuan zakat *online* meningkat maka keputusan muzaki juga meningkat dan ketika pengetahuan zakat *online* menurun, maka keputusan muzaki terhadap membayar zakat secara *online* menurun.

Variabel pendapatan pada taraf nyata 5% menunjukkan nilai signifikansi (*P-Value*) sebesar 0.047 lebih kecil dari 0.05 yang berarti variabel pendapatan berpengaruh signifikan terhadap preferensi muzaki Kota Bandung dalam berzakat *online*. Nilai koefisien dari hasil pengolahan bertanda positif, hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pendapatan, maka peluang keputusan membayar zakat secara *online* semakin besar. Nilai *odds ratio* variabel pendapatan sebesar 1.000, menunjukkan bahwa apabila pengetahuan zakat *online* muzaki lebih tinggi satu satuan maka peluang muzaki sebesar 1.000 kali lebih besar untuk membayar zakat secara *online*. Hal tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan dan didukung oleh penelitian Azizah (2016) yang menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh positif terhadap preferensi muzaki dalam menyalurkan zakat. Ketika pendapatan meningkat maka keputusan muzaki juga meningkat dan ketika pendapatan menurun, maka keputusan muzaki terhadap membayar zakat secara *online* menurun.

Variabel usia pada taraf nyata 5% menunjukkan nilai signifikansi (*P-Value*) sebesar 0.049 lebih kecil dari 0.05 yang berarti variabel pendapatan berpengaruh signifikan terhadap preferensi muzaki Kota Bandung dalam berzakat *online*. Nilai

koefisien dari hasil pengolahan bertanda negatif, hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi usia muzaki, maka peluang keputusan membayar zakat secara *online* semakin kecil. Nilai *odds ratio* variabel pendapatan sebesar 0.926, menunjukkan bahwa apabila usia muzaki lebih tinggi satu satuan maka peluang muzaki sebesar 0.926 kali lebih kecil untuk membayar zakat secara *online*. Hal tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan dan didukung oleh penelitian Jamaludin, Wahab, dan Hamed (2017) bahwa salah satu yang memengaruhi pengetahuan zakat online adalah tingkat usia muzaki, semakin tinggi usia muzaki maka keputusan muzaki dalam membayar zakat secara *online* menurun dan sebaliknya.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian karakteristik umum responden muzaki Kota Bandung yang membayar zakat secara *online* mayoritas adalah berjenis kelamin perempuan, berusia 21 sampai 30 tahun, berpendidikan terakhir Sarjana, berpenghasilan lebih dari 10 juta rupiah, dengan pengeluaran 5 juta rupiah sampai 10 juta rupiah per bulan dan bekerja sebagai pegawai swasta, sedangkan karakteristik responden muzaki Kota Bandung yang membayar zakat secara *offline* mayoritas adalah berjenis kelamin perempuan, berusia lebih dari 50 tahun, berpendidikan terakhir Sarjana, berpenghasilan 5 juta rupiah sampai 10 juta rupiah per bulan dan bekerja sebagai PNS.
2. Berdasarkan hasil analisis regresi logistik, variabel independen yang signifikan memengaruhi preferensi muzaki Kota Bandung dalam berzakat *online* adalah variabel pengetahuan zakat *online*, pendapatan, dan usia. Variabel yang signifikan berpengaruh positif adalah variabel pengetahuan zakat *online* dan pendapatan. Sedangkan variabel yang signifikan berpengaruh negatif adalah variabel usia.

Saran

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan zakat *online* dan pendapatan berpengaruh signifikan positif, maka badan dan lembaga amil zakat disarankan untuk melakukan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat tentang pengetahuan zakat *online*. Sosialisasi dan edukasi tersebut dapat berupa informasi pengetahuan melalui media sosial atau secara langsung ke masyarakat. Melalui sosialisasi dan edukasi tersebut, diharapkan masyarakat yang berzakat bisa menggunakan manfaat dan kelebihan dari berzakat *online*. Sedangkan variabel usia yang berpengaruh negatif bisa menjadi bahan pertimbangan dalam badan dan lembaga amil dalam membuat target pelaksanaan program tersebut. Seluruh komponen baik akademisi, pemerintah, maupun badan atau lembaga amil zakat di Indonesia harus bersinergi dalam mengedukasi masyarakat agar mengetahui dan memahami konsep dan manfaat dari membayar zakat menggunakan metode *online*.

3. Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh pemangku kebijakan dalam menentukan kebijakan penghimpunan zakat nasional demi memaksimalkan potensi zakat nasional.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menganalisis lebih dalam mengenai berzakat metode *online* dengan mengutamakan responden penelitian pada generasi mileneal, dimana terlihat hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa muzaki yang membayar zakat secara online di dominasi oleh generasi tersebut.

@Hak cipta milik IPB University

IPB University



DAFTAR PUSTAKA

- [APJII] Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2018. Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia [Internet]. [diunduh 2020 Januari 11]. Tersedia pada: <https://apjii.or.id/survei>
- Alhasanah IM. 2011. Analisis Diskriminan Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Partisipasi Berzakat Beinfak dan Pemilihan Tempat Membayar Zakat (Studi Kasus: Kabupaten Brebes) [skripsi]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Azizah H. 2016. Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Preferensi Muzaki Kota Bogor dalam Menyalurkan Zakat Penghasilan [Skripsi]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- [BAZNAS] Badan Amil Zakat Nasional. 2019. Statistik Zakat Nasional 2018 [Internet]. [diunduh 2020 April 15]. Tersedia pada: <https://baznas.go.id/szn2018>
- [BAZNAS] Badan Amil Zakat Nasional. 2019. Outlook Zakat Indonesia 2020 [Internet]. [diunduh 2020 April 15]. Tersedia pada: <https://www.puskasbaznas.com/publications/books/1113-outlook-zakat-indonesia-2020>
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2010. Penduduk Menurut Wilayah dan Agama yang Dianut [Internet]. [diunduh 2019 Desember 31]. Tersedia pada: <https://sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?tid=321>
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2012. Penduduk Indonesia Menurut Provinsi 1971, 1980, 1990, 1995, 2000, 2010 [Internet]. [diunduh 2019 Desember 31]. Tersedia pada: <https://www.bps.go.id/statictable/2009/02/20/1267/penduduk-indonesia-menurut-provinsi-1971-1980-1990-1995-2000-dan-2010.html>
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2020. Jumlah Penduduk Miskin Menurut Provinsi, 2007-2019 [Internet]. [diunduh 2019 Desember 31]. Tersedia pada: <https://www.bps.go.id/dynamictable/2016/01/18/1119/jumlah-penduduk-miskin-menurut-provinsi-2007-2019.html>
- Firdaus M, Beik IS, Irawan T, Juanda B. 2012. Economic Estimation and Determinations of Zakat Potential in Indonesia. Islamic Research and Training Institute (IRTI) Working Paper Series: WP# 1433-07 [Working Paper]. Jeddah.
- Hafidhuddin D. 2002. Zakat dalam Perekonomian Modern. Jakarta (ID): Gema Insani.
- Hafidhuddin D, Pramulya R. 2008. Kaya Karena Berzakat. Jakarta (ID): Raih Asa Sukses.
- Huber S, Huber OW. 2012. The centrality of Religiosity Scale. *Openaccess Religion* 2012. 3:710-724.doi:10.3390/re13030710.
- Jamaludin N, Wahab NA, Hamed AB. 2017. Muslims Perception on *Online Zakat Usage* in Kuala Lumpur.N. *JMFIR* 14(1): 55-71.
- Jamila S. 2018. Analisis Efisiensi dan Efektivitas Zakat Payroll System dan Zakat Digital Terhadap Penerimaan Zakat Pada Baznas Periode 2016-2017 [Skripsi]. Jakarta (ID): Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Kotler P. 2006. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta (ID): Erlangga.
- Kotler P. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta (ID): Erlangga.

- Mahanani Y. 2014. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Preferensi Pegawai Berzakat di UPZ LAZ IPB [Skripsi]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Muda M, Marzuki A, Shahrudin A. 2006. Factors Influencing Individual Participation in Zakat Contribution: Exploratory Investigation. Di dalam: iBAF 2006. Kuala Lumpur (MY): KUIM.
- Santika Y. 2015. Analisis Potensi Zakat dan Faktor-Faktor yang Memengaruhi Muzaki Membayar Zakat di Kota Bogor [Skripsi]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Tantriana D, Rahmawati L. 2018. The Analysis of Surabaya Muzaki's Preference for Zakat Payment through Zakat Digital Method. *Proceedings of International Conference of Zakat: 83-89.*
- Vendi RO. 2014. Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Muzaki Dalam Membayar Zakat: Studi Kasus Kabupaten Dharmasraya Provinsi Sumatera Barat [Skripsi]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.

@Hak cipta milik IPB University

IPB University



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Usamah Abdurrahman, dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 29 Juli 1998. Penulis merupakan anak kelima dari tujuh bersaudara, dengan kedua orang tua Hery Novpriansyah dan Nita Yunitasari. Penulis menyelesaikan tingkat Pendidikan menengah di SMAS Al-Kautsar Bandar Lampung pada tahun 2016, kemudian melanjutkan Pendidikan tingkat sarjana di Departemen Ilmu Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB University.

Selama menuntut ilmu di IPB, penulis pernah tergabung dalam berbagai organisasi diantaranya adalah Lembaga Dakwah Kampus Al-Hurriyyah sebagai anggota Departemen Islamic Program periode 2016/2017 dan 2017/2018, Formasi FEM sebagai kepala divisi Islamic Student Center periode 2017/2018, Senior Resident 55 sebagai anggota divisi Mental dan Spiritual dan Senior Resident 56 sebagai Komandan. Penulis juga aktif dalam berbagai kepanitiaan diantaranya adalah MPKMB 54 sebagai anggota divisi Penanggung Jawab Kelompok, Islamic Festival 2017 sebagai anggota divisi Fundraising, Masa Pengenalan Fakultas Ekonomi dan Manajemen 2018 sebagai ketua divisi Acara dan Dekorasi.

@Hak cipta milik IPB University

IPB University