PENGARUH KEPERCAYAAN DAN PENGETAHUAN TERHADAP KEPUTUSAN MUZAKKI MENGGUNAKAN E-MONEY (STUDI PADA MUZAKKI BAZNAS KOTA BANDAR LAMPUNG)

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

Chelsea Amor Pitaloka
NPM. 1751020138
Program Studi : Perbankan Syariah

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1442 H/2021 M

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Judul pada skripsi ini adalah **"Pengaruh Kepercayaan dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Muzakki Menggunakan E-money (Studi Pada Muzakki BAZNAS Kota Bandar Lampung)"**. Untuk memudahkan dalam memahami isi skripsi ini dan menghindari kesalahpahaman dalam menafsirkan, maka diperlukan penegasan judul. Judul pada skripsi ini memiliki beberapa istilah, yaitu antara lain:

1. Pengaruh merupakan daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang[1]
2. Kepercayaan (*trust*) merupakan keyakinan bahwa tindakan orang lain atau suatu kelompok konsisten dengan kepercayaan mereka.[2]
3. Pengetahuan produk diartikan sebagai kumpulan informasi atas suatu produk yang mencakup kesadaran akan kategori dan merek produk, terminologi produk, ciri atau atribut produk, serta kepercayaan terhadap produk[3]
4. Keputusan merupakan perihal yang berkaitan dengan putusan; segala putusan yang telah ditetapkan (sesudah dipertimbangkan, dipikirkan dan sebagainya); ketetapan; sikap terakhir (langkah yang harus dijalankan);

---

[1]Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, "KBBI Daring", (2016), https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pengaruh

[2]Novi Dian Pratiwi , "Pengaruh Pengetahuan Zakat dan Kepercayaan Muzakki Pada Organisasi Pengelolaan Zakat Terhadap Keputusan Membayar Zakat Di BAZNAS Kabupaten Tulungagung", (Skripsi, t.p, 2019), 12.

[3]Habsari Candraditya dan Idris, "Analisis Penggunaan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Produk Flazz BCA Di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro", *Diponegoro Journal Of Management*, Vol. 2, No. 3, (Tahun 2013): 3, http://ejournal-s1.indip.ac.id/index.php/dbr

kesimpulan (tentang pendapat); hasil pemeriksaan (tentang ujian).[4]

5. Muzakki adalah orang yang wajib berzakat[5]
6. E-money didefinisikan sebagai alat pembayaran yang mempunyai unsur-unsur, antara lain: diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu, nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti *Server* atau *chip*, digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut, serta nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksudkan dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.[6]
7. Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) merupakan badan resmi dan satu-satunya yang dibentuk oleh pemerintah berdasarkan Keputusan Presiden RI No. 8 Tahun 2001 yang memiliki tugas dan fungsi menghimpun dan menyalurkan zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) pada tingkat nasional. [7]

Berdasarkan penegasan judul diatas, maka dapat diketahui bahwa yang dimaksud dalam judul "Pengaruh Kepercayaan dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Muzakki Menggunakan E-money (Studi Pada Muzakki BAZNAS Kota Bandar Lampung)" adalah pengaruh kepercayaan dan pengetahuan muzakki dalam mengambil keputusan untuk menggunakan E-money dalam melakukan transaksi pembayaran zakat di BAZNAS Kota Bandar Lampung.

---

[4]Sutan Rajasa, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Disertai Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan*, ed., (Surabaya: Mitra Cendekia), 369

[5]Isnawati Rais, Muzakki dan Kriterianya Dalam Tinjauan Fikih Zakat, *Al-Iqtishad*, Vol. 1, No. 1, (2009)

[6]Candraditya dan Idris, *Analisis Penggunaan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Produk Flazz BCA Di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro,* 1.

[7]Badan Amil Zakat Nasional, "Profil BAZNAS", https://BAZNAS., go.id

B. Latar Belakang Masalah

Kesenjangan ekonomi dan masalah kemiskinan merupakan salah satu persoalan yang sering terjadi pada suatu negara. Indonesia sendiri pada saat ini sedang mengalami masalah ekonomi dan sosial seperti kesenjangan ekonomi, masalah kemiskinan, dan pendapatan yang tidak merata. Hal ini dibuktikan dengan adanya perlambatan pertumbuhan ekonomi yang membuat angka tingkat kemiskinan di Indonesia semakin tinggi. Beberapa kebijakan telah dibentuk oleh pemerintah, baik sektoral, moneter, fiskal maupun kebijakan yang lainnya. Namun kebijakan serta program yang dibentuk belum berjalan efektif dalam menurunkan jumlah penduduk yang ada pada garis kemiskinan.

Indonesia merupakan negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Agama Islam dalam memberdayakan masyarakat miskin diimplementasikan dalam bentuk amalan, seperti Zakat, Infaq dan Shadaqah. Zakat merupakan salah satu rukun Islam yang wajib dilaksanakan oleh umat Islam. Salah satunya dalil yang menyatakan wajibnya Zakat dan ayat anjuran berinfaq dan bersedekah di antaranya terdapat dalam Al-Quran:

وَأَقِيمُواْ ٱلصَّلَوٰةَ وَءَاتُواْ ٱلزَّكَوٰةَ وَٱرۡكَعُواْ مَعَ ٱلرَّٰكِعِينَ٤٣

"Dan dirikanlah shalat, tunaikanlah Zakat dan rukuklah beserta orang-orang yang rukuk." (Q.S Al-Baqarah [2] : 43).

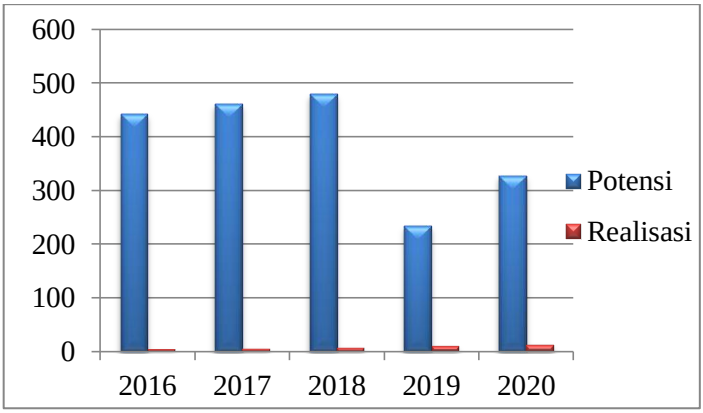
Zakat adalah suatu sebutan dari suatu hak Allah yang dikeluarkan seseorang untuk fakir miskin. Dinamakan zakat, karena dengan mengeluarkan zakat di dalamnya terkandung harapan untuk memperoleh berkah, pembersihan jiwa dari sifat kikir bagi orang kaya atau menghilangkan rasa iri hati orang-orang miskin dan memupuknya dengan berbagai kebajikan.[8] Zakat dapat didefinisikan sebagai al-barakah (keberkahan), al-namaa (pertumbuhan dan perkembangan), at-thaharah (kesucian), as-salahu (kebersihan) dan terpuji.

---

[8] Asnaini, "*Zakat Produktif dalam Perspektif Hukum Islam*", ed., (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), 7

Zakat bisa menjadi salah satu faktor pendorong bagi perbaikan kondisi ekonomi masyarakat jika dikelola dengan baik, dengan adanya distribusi zakat akan terjadi pertumbuhan kesejahteraan pada penerima golongan zakat.[9] Seiring dengan berkembangnya teknologi, penyaluran zakat pada saat ini tidak hanya dapat dilakukan dengan menggunakan uang tunai saja, melainkan dapat dilakukan dengan uang elektronik. Dengan menggunakan uang elektronik maka pembayaran zakat dapat menjadi lebih efektif dan efisien. Negara Indonesia telah memasuki Revolusi Industri 4.0 dimana teknologi informasi dan komunikasi sangatlah dimanfaatkan. Adanya Revolusi Industri 4.0 ini mengharuskan sektor jasa keuangan Indonesia untuk terus berinovasi pada layanan keuangan digitalnya, seperti menghadirkan *Financial Technology* atau yang biasa disebut Fintech sebagai bentuk transaksi digital. Dengan adanya Fintech, transaksi yang dilakukan pun saat ini menjadi lebih mudah, aman, dan cepat.

Gambar 1.1
Grafik Potensi dan Realisasi Dana Zakat Pada BAZNAS



Sumber Data : Indonesia Zakat Outlook 2016-2020

[9] Fathimatuz Zahroh, "Analisis Efisiensi Pada Implementasi Fintech Dalam E-Zakat Sebagai Strategi Penghimpunan Dana Zakat Oleh Lazismu Dan Nurul Hayat", (Tesis, Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019)

Berdasarkan data yang bersumber dari Indonesia Zakat Outlook, dapat diketahui bahwa pada tahun 2016 memiliki potensi untuk pengumpulan zakat sebesar 442 Triliun Rupiah, tahun 2017 memiliki potensi sebesar 462 Triliun Rupiah, tahun 2018 memiliki potensi sebesar 480 Triliun Rupiah, tahun 2019 dengan potensi pengumpulan zakat sebesar 233,8 Triliun Rupiah, dan pada tahun 2020 memiliki potensi sejumlah 327,6 Triliun Rupiah. Akan tetapi realisasinya, potensi jumlah pengumpulan ZIS tidak dapat tercapai secara optimal. Pada tahun 2016, total ZIS yang dapat terkumpulkan hanya sebesar 5,01 Triliun Rupiah, tahun 2017 dengan total ZIS sebesar 6,22 Triliun Rupiah, tahun 2018 dengan total ZIS sejumlah 8,11 Triliun Rupiah, tahun 2019 dengan jumlah 10,2 Triliun Rupiah, dan pada tahun 2020 dengan proyeksi total pengumpulan dana ZIS sejumlah 12,7 Triliun Rupiah.

Dengan rendahnya realisasi pengumpulan zakat dibandingkan dengan potensi pengumpulan zakat dari tahun ke tahun, dan semakin maraknya fenomena *Cashless Society* di era industri 4.0 seperti saat ini, membuat Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) berinovasi melakukan kerjasama dengan salah satu platform digital dalam segi pembayaran dan pengumpulan dana.

BAZNAS merupakan salah satu lembaga penghimpun dana Zakat, Infaq dan Sedekah (ZIS) yang telah menerapkan sistem layanan baik e-wallet, E-money dan Channel Pembayaran (*Online Payment Channel*) untuk pengumpulan dana sedekahnya. BAZNAS adalah badan resmi dan satu-satunya yang dibentuk oleh pemerintah berdasarkan Keputusan Presiden RI No. 8 Tahun 2001 yang memiliki tugas dan fungsi menghimpun dan menyalurkan zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) pada tingkat nasional. Lahirnya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat semakin mengukuhkan peran BAZNAS sebagai lembaga yang berwenang melakukan pengelolaan zakat secara nasional. Dalam UU tersebut, BAZNAS dinyatakan sebagai lembaga pemerintah non struktural yang

bersifat mandiri dan bertanggung jawab kepada Presiden melalui Menteri Agama.[10]

Dari banyak praktik, uang elektronik sangat efisien dalam penggunaannya. Meskipun demikian masih banyak masyarakat Indonesia yang belum menggunakan fasilitas ini. Hal ini dapat dibuktikan dengan masih banyaknya pengguna uang tunai untuk membayar barang atau jasa. Padahal sasaran utama dari Bank Indonesia dalam menerbitkan uang elektronik adalah untuk meminimalkan penggunaan uang tunai di kalangan masyarakat dalam transaksi sehari-hari.

Konsumen pengguna uang elektronik saat ini umumnya didominasi oleh masyarakat kelas menengah hingga menengah atas maupun masyarakat yang sudah mengenal teknologi. Sehingga pemerataan penggunaan uang elektronik di Indonesia dirasa masih kurang. Program *Cashless Society* yang digalakkan oleh pemerintah sendiri merupakan bagian dari persiapan masyarakat Indonesia dalam menghadapi persaingan global terutama Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yang sudah disetujui sejak Januari 2016. Oleh karena itu, meminimalisir penggunaan uang tunai merupakan salah satu cara agar nilai mata uang tidak jatuh dan tetap stabil.[11]

Tingkat penerimaan zakat oleh penggunanya dapat dilihat dari beberapa faktor, salah satunya yaitu faktor terhadap pengetahuan produk dan sumber layanan digital seperti pembayaran ZIS ke BAZNAS melalui berbagai kanal seperti *e-commerce*, Apps dan *Social Media* sebagai media pembayaran yang bisa dilakukan di semua e-wallet maupun e-money pada rekening pengguna. Kurangnya pengetahuan muzakki mengenai lembaga pengelola zakat, minimnya akses terhadap BAZNAS, pengetahuan mengenai layanan pembayaran zakat online di BAZNAS dan informasi mengenai penggunaan dana zakat yang telah disalurkan membuat realisasi pengumpulan dana zakat di BAZNAS menjadi rendah. Berdasarkan penelitian sebelumnya

---

[10] Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), *Profil BAZNAS*

[11] Rifqy Tazkiyyaturrohmah, "Eksistensi Uang Elektronik Sebagai Alat Transaksi Keuangan Modern", *Muslim Heritage*, Vol. 3, No.1, (2018): 21-39

yang dilakukan oleh Lestari, Pratiwi, dan Ulfah, mengungkapkan bahwa kapasitas lembaga zakat merupakan masalah utama dalam pengelolaan lembaga zakat yang berdampak pada kepercayaan muzakki.[12] Namun, berdasarkan data yang diperoleh dari BAZNAS, pada tahun 2020 kepercayaan publik kepada BAZNAS dalam siatuasi pandemi Covid-19 meningkat. Hal ini tidak telepas dari gerak cepat BAZNAS dalam merespon dan membantu masyarakat yang terdampak krisis Covid-19 lewat program-program bantuan. Selain itu kredibilitas BAZNAS sebagai lembaga negara dalam menyalurkan bantuan kemanusiaan, juga dirasakan kehadirannya oleh publik.[13]

Kepercayaan didasari atas adanya kepuasan dari muzakki. Dari sisi pengumpulan zakat, permasalahan yang paling sering terjadi dan paling besar adalah adanya kesenjangan yang sangat besar antara potensi zakat dengan realisasi pengumpulan dana zakat serta pendistribusian zakat.[14] Jika kepercayaan muzakki berkurang, maka akan menyebabkan muzakki enggan untuk menyalurkan zakat di lembaga pengelola zakat.

Disisi lain, perkembangan teknologi dan penggunaan teknologi berbandin terbalik dengan zakat. Perkembangan teknolohi di beberapa tahun terakhir mengalami kenaikan dan telah menjadi bahagian yang tidak dapat dipisahkan dari keberlangsungan kehidupan manusia sehari-hari.[15]

Berdasarkan hasil uji dengan model konstruksi *Technology Acceptance Model* (TAM) pengetahuan produk memiliki peran penting dalam menentukan perilaku pengguna. Kim,

---

[12] Puji Lestari, Umi Pratiwi dan Permata Ulfah, "Identifikasi Faktor Organisasional Dalam Pengembangan E-Governance Pada Organisasi Pengelola Zakat". *MIMBAR, Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, Vol. 31, No.1, (2015): 221.

[13] BAZNAS, Kepercayaan Publik ke BAZNAS Menignkat di Masa Covid-19, Humas BAZNAS, https://baznas.go.id

[14] Zulfadli Hamzah, Izzatunnafsi Kurniawan, Pengaruh Pengetahuan Zakat dan Kepercayaan Kepada BAZNAS Kabupaten Kuantan Singingi Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat, *Jurnal Tabrru': Islamic Banking and Finance*, Vol. 3, No. 1, (2020): 30-40

[15] Afiful Ichwan, "Pengaruh *Digital Literacy dan Teknologi Acceptance Model* Terhadap Keputusan Muzakki Membayar ZIS (Zakat, Infaq, dan Shodaqoh) Melalui Fintech Go-Pay Pada BAZNAS", (Tesis, Pasca Sarjana UIN Raden Intan Lampung. 2020), 142

Mirusmonov dan Lee mengemukakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi penggunaan pembayaran secara mobile dalam TAM berasal dari karakteristik pengguna yaitu inovasi dan pengetahuan mengenai pembayaran tersebut. Dengan adanya pengetahuan yang tinggi terhadap sebuah produk, dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan produk tersebut. Beberapa penelitian mengemukakan bahwa semakin sering seseorang menggunakan sebuah produk maka akan semakin tinggi pula tingkat kepercayaan konsumen akan produk tersebut.

Berdasarkan ilustrasi dan solusi diatas, maka penulis memutuskan untuk mengambil judul "Pengaruh Kepercayaan dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Muzakki Menggunakan E-money (Studi Pada Muzakki BAZNAS Kota Bandar Lampung)".

C. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

   Berdasarkan latar belakang diatas, penulis dapat mengidentifikasi masalah, yaitu sebagai berikut:

   a. Adanya fenomena *Cashless Society*
   b. Pembayaran zakat melalui transfer via rekening
   c. Keputusan muzakki dalam menggunakan E-money

2. Batasan Masalah

   Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka batasan masalah pada penelitian ini, yaitu:

   a. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah muzakki yang menyalurkan zakat melalui transfer via rekening
   b. Pengaruh kepercayaan dan pengetahuan terhadap keputusan muzakki menggunakan E-money yang berupa transaksi transfer via rekening.
   c. Muzakki aktif BAZNAS Kota Bandar Lampung periode 2019-2020 yang menggunakan E-money

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *variabel* kepercayaan dan pengetahuan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan muzakki menggunakan E-money?
2. Apakah *variabel* kepercayaan dan pengetahuan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan muzakki menggunakan E-money?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah diatas, maka diambil tujuan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan pengetahuan secara parsial terhadap keputusan muzakki menggunakan E-money
2. Untuk mengkaji pengaruh kepercayaan dan pengetahuan secara simultan terhadap keputusan muzakki menggunakan E-money

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi serta menambah wawasan keilmuan
2. Manfaat Praktis
   a. Bagi Perusahaan, penelitian ini dapat memberikan informasi serta dapat dijadikan sebagai evaluasi kinerja perusahaan agar muzakki tertarik untuk melakukan pembayaran zakat melalui transfer via rekening yang bekerjasama dengan BAZNAS
   b. Bagi Muzakki, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembayaran zakat
   c. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya.

G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

1. Penelitian yang dilakukan oleh Yulinda Isnaini, mengenai "Pengaruh Pengetahuan Zakat, Tingkat Pendapatan, Tingkat Keimanan dan Kepercayaan Terhadap Motivasi Muzakki Profesi (Studi Kasus di Rumah Zakat Cabang Semarang)" dengan menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan, tingkat pendapatan, tingkat keimanan, kepercayaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap motivasi membayar zakat profesi di Rumah Zakat Semarang.[16]

2. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Arifiyanto dan Nur Kholidah, mengenai "Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Berbasis *Server*" dengan menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan produk, persepsi manfaat dan promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik berbasis *Server*.[17]

3. Penelitian yang dilakukan oleh Putu Riska Widiartini dan Ni Nyoman Kerti Yasa, mengenai "Peran Kepercayaan dalam Memediasi Hubungan Persepsi Nilai Dengan Niat Menggunakan E-money" dengan menggunakan Analisis Jalur dan Uji Sobel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi nilai dan kepercayaan konsumen secara signifikan berpengaruh positif terhadap niat konsumen untuk menggunakan E-money di Kota Denpasar; *variabel*

---

[16] Yulinda Isnaini, "Pengaruh Pengetahuan Zakat, Tingkat Pendapatan, Tingkat Keimanan dan Kepercayaan Terhadap Motivasi Muzakki Profesi (Studi Kasus di Rumah Zakat Cabang Semarang)", (Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2018)

[17] Muhammad Arifiyanto dan Nur Kholidah, "Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Berbasis *Server*", *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, Vol. 7 No. 3, (2020): 697-706

kepercayaan juga terbukti secara signifikan mampu memediasi hubungan persepsi nilai dengan niat menggunakan.[18]

4. Penelitian yang dilakukan oleh Afiful Ichwan mengenai "Pengaruh *Digital Literacy* dan *Technology Acceptance Model* Terhadap Keputusan Muzakki Membayar ZIS (Zakat, Infaq, Shodaqoh) melalui Fintech Go-Pay Pada BAZNAS" dengan menggunakan olah data SmartPLS 3.0, menyimpulkan bahwa *Digital Literacy* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan muzakki membayar ZIS melalui Fintech Go-Pay pada BAZNAS; *Teknologi Acceptance Model* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan muzakki membayar ZIS melalui Fintech Go-Pay pada BAZNAS; serta secara simultan *Digital Literacy dan Teknologi Acceptance Model* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan muzakki membayar ZIS melalui Fintech Go-Pay pada BAZNAS.[19]

5. Penelitian yang dilakukan oleh Abdul Rahman Sakka, dan Latifatul Qulub "Efektivitas Penerapan Zakat Online terhadap Peningkatan Pembayaran Zakat pada Lembaga Dompet Dhuafa Sulsel" dengan menggunakan SPSS 20.0. Hasil penelitian menyatakan bahwa Secara umum Dompet Dhuafa Sulawesi Selatan mengalami peningkatan penerimaan zakat baik melalui program zakat tunai maupun program zakat *online.* Secara khusus, program

---

[18] Putu Riska Widiartini, dan Ni Nyoman Kerti Yasa, "Peran Kepercayaan dalam Memediasi Hubungan Persepsi Nilai Dengan Niat Menggunakan E-money", *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol. 11, No. 1, (2017): 23,

[19] Afiful Ichwan, *Pengaruh Digital Literacy dan Teknologi Acceptance Model Terhadap Keputusan Muzakki Membayar ZIS (Zakat, Infaq, dan Shodaqoh) Melalui Fintech Go-Pay Pada BAZNAS*, 142

zakat *online* mengalami peningkatan yang signifikan. Berhasil melampaui target yang dicanangkan.[20]

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul Penelitian	*Variabel*	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Yulinda Isnaini	Pengaruh Pengetahuan Zakat, Tingkat Pendapatan, Tingkat Keimanan dan Kepercayaan Terhadap Motivasi Muzakki Profesi (Studi Kasus di Rumah Zakat Cabang Semarang).	1. *Variabel* X: Pengetahuan Zakat, Tingkat Pendapatan, Tingkat Keimanan dan Kepercayaan 2. *Variabel* Y: Motivasi Muzakki Profesi	Uji Analisis Persaman Linier Berganda	Pengetahuan tentang zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi membayar zakat di rumah zakat.
2.	Muhammad Arifiyanto dan Nur	Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi	1. *Variabel* X: Pengetahuan produk,	Analisis Linier Berganda	Pengetahuan produk, persepsi manfaat dan promosi

[20]Abdul Rahman Sakka, dan Latifatul Qulub, ” Efektivitas Penerapan Zakat *Online* terhadap Peningkatan Pembayaran Zakat pada Lembaga Dompet Dhuafa Sulsel”, *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, Vol. 1 No. 2, (2019)

	Kholidah	Manfaat dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Berbasis *Server*	Persepsi Manfaat, dan Promosi 2. *Variabel* Y: Minat Penggunaan Uang Elektronik Berbasis *Server*		memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik berbasis *Server*
3.	Putu Riska Widiartini dan Ni Nyoman Kerti Yasa	Peran Kepercayaan dalam Memediasi Hubungan Persepsi Nilai Dengan Niat Menggunakan E-money	1. *Variabel* X: Persepsi nilai, dan Kepercayaan 2. *Variabel Y: Niat menggunakan E-money*	Analisis Jalur dan Uji Sobel	Persepsi nilai dan kepercayaan konsumen secara signifikan berpengaruh positif terhadap niat konsumen untuk menggunakan E-money di Kota Denpasar; *variabel* kepercayaan juga terbukti secara signifikan mampu memediasi hubungan persepsi nilai dengan niat

					menggunakan.
4.	Afiful Ichwan	Pengaruh *Digital Literacy* dan *Technology Acceptance Model* Terhadap Keputusan Muzakki Membayar ZIS (Zakat, Infaq, Shodaqoh) melalui Fintech Go-Pay Pada BAZNAS	1. *Variabel* X: *Digital Literacy, Teknologi Acceptance Model* (TAM) 2. *Variabel* Y: Keputusan Muzakki membayar ZIS melalui Fintech Go-Pay pada BAZNAS	Olah data Smart PLS 3.0	*Digital Literacy* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan muzakki membayar ZIS melalui Fintech Go-Pay pada BAZNAS; *Teknologi Acceptance Model* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan muzakki membayar ZIS melalui Fintech Go-Pay pada BAZNAS; serta secara simultan *Digital Literacy dan Teknologi Acceptance Model* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap

					keputusan muzakki membayar ZIS melalui Fintech Go-Pay pada BAZNAS.
5.	Abdul Rahman Sakka, dan Latifatul Qulub	Efektivitas Penerapan Zakat *Online* terhadap Peningkatan Pembayaran Zakat pada Lembaga Dompet Dhuafa Sulsel	1. *Variabel* X: Penerapan Zakat Online 2. *Variabel* Y: Peningkatan Pembayaran Zakat	SPSS 20.0	Secara umum Dompet Dhuafa Sulawesi Selatan mengalami peningkatan penerimaan zakat baik melalui program zakat tunai maupun program zakat *online*. Secara khusus, program zakat *online* mengalami peningkatan yang signifikan.

Berdasarkan tabel penelitian terdahulu yang telah dicantumkan diatas, dapat diketahui bahwa penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian-penelitian terdahulunya, yaitu antara lain:

1. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Yulinda Isnaini

   Perbedaannya yaitu pada *variabel* yang digunakan pada penelitian yang dilakukan oleh Isnaini Yulinda

berupa pengetahuan zakat, tingkat pendapatan, tingkat keimanan yang merupakan *variabel* X, dan motivasi muzakki profesi yang merupakan *variabel* Y; Objek penelitian dilakukan di Rumah Zakat Cabang Semarang. Sedangkan pada penelitian ini, *variabel* yang digunakan yaitu pengetahuan sebagai *variabel* X, dan keputusan muzakki menggunakan E-money sebagai *variabel* Y; dan objek penelitian dilakukan di BAZNAS Kota Bandar Lampung.

2. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Arifiyanto dan Nur Kholidah

   Perbedaannya berada pada *variabel* yang digunakan yaitu persepsi manfaat dan promosi sebagai *variabel* X, dan minat penggunaan uang elektronik berbasis *Server* sebagai *variabel* Y; objek penelitian dilakukan pada mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan. Sedangkan pada penelitian ini *variabel* yang digunakan yaitu kepercayaan sebagai *variabel* X, dan keputusan muzakki menggunakan E-money sebagai *variabel* Y; dan objek penelitian dilakukan di BAZNAS Kota Bandar Lampung.

3. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Putu Riska Widiartini dan Ni Nyoman Kerti Yasa

   Perbedaannya berada pada *variabel* yang digunakan, yaitu persepsi nilai sebagai *variabel* X, dan niat menggunakan sebagai *variabel* Y; metode penelitian yang digunakan berupa analisis jalur dan uji sobel; dan objek penelitian dilakukan di Kota Denpasar. Sedangkan pada penelitian ini *variabel* yang digunakan yaitu pengetahuan sebagai *variabel* X, dan keputusan muzakki menggunakan E-money sebagai *variabel* Y; metode penelitian yang digunakan pun berupa statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, uji model,

dan uji T; dan objek penelitian dilakukan di BAZNAS Kota Bandar Lampung.

4. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Afiful Ichwan

   Penelitian yang dilakukan oleh Afiful Ichwan menggunakan *variabel* X berupa *Digital Literacy* dan *Technology Acceptance Model* dengan Keputusan Muzakki membayar ZIS melalui Fintech Go-Pay pada BAZNAS sebagai *variabel* Y; metode penelitian dilakukan dengan menggunakan Smart PLS 3.0; objek penelitian dilakukan pada BAZNAS DKI Jakarta. Sedangkan pada penelitian ini *variabel* yang digunakan yaitu kepercayaan dan pengetahuan sebagai *variabel* X, dan keputusan muzakki menggunakan E-money sebagai *variabel* Y; metode penelitian yang digunakan pun berupa statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, uji model, dan uji T; dan objek penelitian dilakukan di BAZNAS Kota Bandar Lampung.

5. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Abdul Rahman Sakka, dan Latifatul Qulub

   Penelitian yang dilakukan oleh Abdul Rahman Sakka, dan Latifatul Qulub menggunakan penerapan zakat online sebagai *variabel* X, dan peningkatan pembayaran zakat sebagai *variabel* Y; metode penelitian yang dilakukan menggunakan SPSS 2.0; dan objek penelitian dilakukan pada lembaga Dompet Dhuafa Sulawesi Selatan. Sedangkan pada penelitian ini *variabel* yang digunakan yaitu kepercayaan dan pengetahuan sebagai *variabel* X, dan keputusan muzakki menggunakan E-money sebagai *variabel* Y; metode penelitian yang digunakan pun berupa statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, uji model, dan uji T; dan objek penelitian dilakukan di BAZNAS Kota Bandar Lampung.

H. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman terhadap skripsi ini, maka berikut ini disajikan sistematika sebagai berikut ini:

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini merupakan pendahuluan yang memuat hal yang melatar-belakangi penulisan, latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan, dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori dan Pengajuan Hipotesis

Bab ini memuat teori-teori dan peraturan-peraturan yang berhubungan dengan pokok bahasan, yang terdiri dari pengertian kepercayaan dan pengetahuan terhadap keputusan muzakki menggunakan E-money.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini merupakan bab yang berisi metode yang dipakai untuk mendapatkan data dalam menjawab permasalahan yang dimulai dari pendekatan masalah, sumber dan jenis data, prosedur pengumpulan data dan prosedur pengolahan data serta diakhiri dengan analisa data.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini memuat mengenai deskripsi data dari hasil penelitian serta analisis dan pembahasan dari data penelitian tersebut.

BAB V Penutup

Pada bab penutup diuraikan mengenai kesimpulan atas hasil pembahasan analisis data dari penelitian yang dilakukan.

BAB V

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka didapatkan beberapa kesimpulan, sebagai berikut:

1. *Variabel* kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan muzakki menggunakan E-money. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien sebesar 0,142 yang menunjukkan berpengaruh positif, yang artinya bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan muzakki terhadap E-money maka keputusan muzakki untuk melakukan transaksi dengan menggunakan E-money pun akan semakin meningkat. Nilai signifikansi 0,003 menunjukkan tingkat signifikan, yang mengartikan bahwa tingkat kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan muzakki dalam menggunakan E-money. Hal ini sesuai dengan teori, bahwa tingkat kepercayaan memiliki pengaruh terhadap muzakki dalam melakukan pengambilan keputusan untuk menggunakan E-money sebagai alat pembayaran.

   Variabel pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan muzakki menggunakan E-money. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien sebesar 0,425 yang menunjukkan berpengaruh positif, yang artinya bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh muzakki maka keputusan muzakki untuk melakukan transaksi dengan menggunakan E-money pun akan semakin meningkat. Nilai signifikansi 0,000 menunjukkan tingkat signifikan yang mengartikan bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan muzakki dalam menggunakan E-money. Hal ini sesuai dengan teori, bahwa semakin banyak tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh muzakki, maka akan semakin meningkat pula penggunaan produk E-money oleh muzakki dalam melakukan

pembayaran zakat sehingga realisasi dana pengumpulan zakat pun akan meningkat.

2. *Variabel* kepercayaan dan pengetahuan secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan muzakki menggunakan E-money. Hal ini dibuktikan dengan adanya nilai F sebesar 134,63, yang menunjukkan berpengaruh positif dengan arti bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan dan pengetahuan yang dimiliki oleh muzakki, maka keputusan muzakki menggunakan E-money pun akan semakin meningkat. Nilai signifikan 0,000 menunjukkan tingkat signifikan, yang mengartikan bahwa tingkat kepercayaan dan pengetahuan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan muzakki menggunakan E-money. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi , kepercayaan dan pengetahuan memiliki pengaruh sebesar 71,8% dan sisanya sebesar 28,2% dipengaruhi oleh *variabel* lainnya diluar penelitian ini. Sesuai dengan teori, bahwa kepercayaan dan pengetahuan memiliki pengaruh terhadap keputusan muzakki menggunakan E-money. Jika pengetahuan yang dimiliki oleh muzakki tinggi, maka keputusan muzakki untuk menggunakan E-money pun akan semakin tinggi, dengan begitu kepercayaan muzakki untuk menggunakan E-money sebagai alat pembayaran zakat online pun akan meningkat.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian, saran yang bisa diberikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Bandar Lampung agar melakukan penyuluhan dan sosialisasi kepada masyarakat, agar masyarakat memiliki tingkat kepercayaan, dan pengetahuan yang tinggi sehingga masyarakat lebih mengetahui BAZNAS Kota Bandar Lampung, serta layanan pembayaran zakat online yang dimiliki oleh BAZNAS, menignkatkan pelayanan

pembayaran zakat, serta transparansi terhadap laporan pengelolaan dana zakat.

2. Bagi penerbit E-money, diharapkan untuk menyediakan cara untuk perhitungan zakat yang akan dibayarkan.
3. Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu tambahan referensi mengenai minat berzakat, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan muzakki berzakat dengan memperluas faktor-faktor yang akan diteliti dan instrumen penelitian yang akan digunakan untuk penelitian selanjutnya agar hasil yang diperoleh lebih akurat dan lebih baik.
4. Bagi masyarakat dan muzakki diharapkan agar lebih memahami kewajiban untuk berzakat dan mengikuti anjuran dari pemerintah untuk menyalurkan wajib zakatnya melalui BAZNAS, agar pendistribusian dana zakat lebih merata dan membantu program yang telah direncanakan pemerintah, serta beralih dengan melakukan transaksi menggunakan E-money agar terciptanya *cashless society.*