

**PENGARUH *BRANDING* TERHADAP
KEPUTUSAN MINAT MUZAKKI
PEMBAYARAN ZIS MELALUI
E-MONEY DALAM PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM**

(Studi Pada BAZNAS Kota Bandar Lampung)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
(S.E)

**Oleh: Mahdalena
NPM: 1951020132**

Jurusan : Perbankan Syariah



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG 1444 H / 2023 M**

**PENGARUH *BRANDING* TERHADAP
KEPUTUSAN MINAT MUZAKKI
PEMBAYARAN ZIS MELALUI
E-MONEY DALAM PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM**

(Studi Pada BAZNAS Kota Bandar Lampung)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-
Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1 Dalam Ilmu Ekonomi dan
Bisnis Islam

**Oleh: Mahdalena
NPM: 1951020132**

Jurusan : Perbankan Syariah

**Pembimbing I : Dr. Ridwansyah, S.E., M.E.Sy.
Pembimbing II : Ghina Ulfa. S, L. C., M.E.Sy.**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG 1444 H / 2023 M**

ABSTRAK

Meskipun penggunaan *e-money* semakin meningkat, tetapi banyaknya masyarakat yang belum memahami fungsi dan cara menggunakannya. Apakah branding berpengaruh terhadap minat muzakki dalam pembayaran zis melalui *e-money* dalam ekonomi islam. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *branding* terhadap minat muzakki pembayaran zis melalui *e-money* dalam ekonomi islam pada Baznas Kota Bandar Lampung serta pandangan islam terhadap setiap variabel.

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Sampel penelitian ini adalah 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Teknik uji dan analisis data yaitu uji validitas, uji realibilitas, uji normalitas, uji linearitas, uji hipotesis menggunakan SPSS 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *branding* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat muzakki pembayaran zis melalui *e-money* pada Baznas. dalam perspektif ekonomi islam, *branding* yang dapat mendatangkan kepuasan maka dapat memunculkan perasaan minat yang tercantum dalam surah al-isro 84 yang menjelaskan bahwa setiap orang berbuat sesuai pembawaannya masing-masing maka tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar menjalaninya

Kata Kunci: *Branding*, Keputusan, Minat Muzakki, Pembayaran, Zis, *E-money* pada Baznas

ABSTRACK

Even though the use of e-money is increasing, many people do not understand its function and how to use it. Does branding affect muzakki's interest in paying zis via e-money in the Islamic economy. This study aims to test and analyze the influence of branding on the interest of muzakki in paying zis through e-money in the Islamic economy at the Baznas of Bandar Lampung City and the Islamic view of each variable.

The method used in this research is quantitative. Sampling used a non-probability sampling technique. Measurements in this study used a Likert scale. The sample of this research is 100 respondents. Data collection techniques using observation, questionnaires, and documentation. Test techniques and data analysis, namely validity test, reliability test, normality test, linearity test, hypothesis testing using SPSS 26.

The results of this study indicate that the branding variable has a partially significant effect on muzakki's interest in paying zis through e-money at Baznas. In an Islamic economic perspective, branding that can bring satisfaction can bring up feelings of interest as stated in Surah Al-Isro 84 which explains that everyone acts according to their own nature, so your God knows better who is more true to it.

Keywords: Branding, Interest in Muzakki, Payment,Zis, E-money at Baznas

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mahdalena

NPM : 1951020132

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “ **PENGARUH *BRANDING* TERHADAP KEPUTUSAN MINAT MUZAKKI PEMBAYARAN ZIS MELALUI *E-MONEY* DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

(**Studi Pada BAZNAS Kota Bandar Lampung**)” adalah benar-benar hasil karya penulis sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut footnote atau daftar rujukan. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.





**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung 35131, Tlp. (0721) 703289

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Branding Terhadap Keputusan Minat Muzakki Pembayaran Zis Melalui E-money Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada BAZNAS Kota Bandar Lampung)
Nama : Mahdalena
NPM : 1951020132
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dipertahankan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Ridwansyah, M.E.Sy

Ghina Ulfa S.L.C., M.E.Sy

NIP. 197401082011011001

NIP. 198708122019032012

Mengetahui

Ketua Jurusan Ekonomi Perban Syariah

Any Eliza, M.A.K.

NIP. 1983081520060042004



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suraimin Sukarame Bandar Lampung 35131, Tlp. (0721)703289

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **"Pengaruh Branding Terhadap Keputusan Minat Muzakki Pembayaran Zis Melalui E-Money Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada BAZNAS Kota Bandar Lampung)"** Disusun Oleh Mahdalena NPM : 1951020132, Program Studi Perbankan Syariah, Telah di Ujikan dalam Sidang Munaqosyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung Pada Hari/Tanggal : Selasa/ 11 Juli 2023

TIM MUNAQOSAH

Ketua Sidang : Dr. Ali Abdul Wakhid, M.Si (.....)
Sekretaris : Desi Nurhabibah, M.E (.....)
Penguji I : Zulaikha, M.E (.....)
Penguji II : Ghina Ulfa, M.E.Sy (.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Tufas Suryanto, S.E., M.M., Akt., C.A.

NIP. 197009262008011008



MOTTO

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ ٤٣

Artinya : “ Tegakkanlah salat, tunaikanlah zakat, dan rukuklah beserta orang-orang yang rukuk.”¹



¹ Kementerian Agama Islam, *Tafsir dan Terjemah Al-Qura'an in MS. Word*, (Jakarta: 2019)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat, karunia dan hidayahnya yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, dan kesabaran untuk penulis dalam mengerjakan skripsi ini. Sebagai bukti dan kasih sayang yang sangat mendalam, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku kepada Bapak Mulkat Tarizi dan Ibu Helmiyana yang telah menjadi motivator terbesar dalam hidup. Terima kasih atas segala doa, kasih sayang, pengorbanan serta dukungan baik materil maupun non materil yang telah diberikan kepadaku sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan di UIN Raden Intan Lampung.
2. Kakakku Muhammad Sarkoni M.Pd yang telah memberikan semangat dan motivasi serta memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini
3. Serta almamater tercintaku Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung



RIWAYAT HIDUP

Penulis skripsi ini bernama Mahdalena dilahirkan di Muara Jaya II pada tanggal 10 November 1999. Penulis merupakan anak ke 2 dari 2 bersaudara, dari pasangan Bapak Mulkat Tarizi dan ibu Helmiyana Riwayat pendidikan penulis adalah sebagai berikut:

1. Pendidikan Sekolah Dasar (SDN) 1 Muara Jaya II Lampung Barat selesai pada tahun 2013
2. Sekolah Menengah Pertama (SMP N) 1 Kebun Tebu Lampung Barat selesai pada tahun 2016
3. Sekolah Menengah Atas (SMA N) 1 Kebun Tebu Lampung Barat selesai pada tahun 2019
4. Lalu penulis melanjutkan pendidikan tingkat perguruan tinggi pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang dimulai pada tahun 2019 .



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis sampaikan kepada kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya berupa ilmu pengetahuan, kesehatan, dan kesabaran kepada penulis sehingga skripsi dengan judul “ **PENGARUH *BRANDING* TERHADAP KEPUTUSAN MINAT MUZAKKI PEMBAYARAN ZIS MELALUI *E-MONEY* DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada BAZNAS Kota Bandar Lampung)**”


dapat diselesaikan. Shalawat beserta salam senantiasa terlimpah curahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW, yang dinantikan syafaatnya di yaumul akhir.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program studi (S1) Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam Atas bantuan semua pihak dalam proses menyelesaikan skripsi, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih Kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Tulus Suryanto, M.M., Akt, C.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
2. Ibu Any Eliza, M.Ak. selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
3. Bapak Dr. Ridwansyah, S.E., M.E. Sy. Selaku pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran serta memberikan arahan dalam membimbing serta memberikan motivasi sehingga skripsi ini dapat menyelesaikan.
4. Ibu Ghina Ulfa, S, L. C., M.E.Sy. selaku pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan memberi arahan dalam membimbing serta memberikan motivasi sehingga skripsi ini selesai

5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan motivasi, ilmu dan pelajaran kepada penulis selama proses perkuliahan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi.
6. Teman-teman satu kelas Perbankan Syariah A dan Angkatan 2019 yang telah menjadi teman seperjuanganku di perkuliahan.
7. Baznas Kota Bandar Lampung terima kasih telah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian dan telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh pihak yang telah banyak membantu. Penulis ucapkan terima kasih semoga kita bisa berkumpul kembali dan tidak putus tali silaturahmi.
9. Akhir kata apabila dalam penulisan terdapat kesalahan mohon maaf dan kepada Allah penulis minta ampun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berkah bagi penulis dan semua pihak Aamiin.



Bandar Lampung, Mei 2023
Penulis

Mahdalena
1951020132

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACK	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah	3
C. Identifikasi dan Batasan Masalah	8
D. Rumusan Masalah.....	9
E. Tujuan Penelitian	9
F. Manfaat Penelitian	9
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	11
H. Sistematika Penulisan	14

BAB II LANDASAN TEORI.....	16
A. Teori Yang Digunakan.....	16
1. <i>Branding</i>	16
2. Keputusan.....	16
3. Minat	16
4. Pembayaran.....	16
5. Ekonomi Islam	16
B. Pengajuan Hipotesis.....	17
BAB III METODE PENELITIAN.....	54
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	54
B. Pendekatan dan Jenis Penelitian	54
C. Populasi dan Sampel.....	55
1. Populasi	55
2. Sampel.....	55
D. Sumber Data	56
1. Primer	56
2. Sekunder.....	57
E. Teknik Pengumpulan Data.....	57
F. Definisi Oprasional Variabel	59
1. <i>Branding</i>	59
2. Minat	60
G. Teknik Pengolahan Data.....	61
1. Uji Kualitas Data.....	62
2. Uji Asumsi Klasik.....	63
3. Regresi Linear Sederhana.....	64
4. Uji Hipotesis.....	65

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	66
A. Gambaran Umum Baznas.....	66
1. Sejarah Berdirinya Baznas Kota Bandar Lampung	67
2. Visi dan Misi Baznas Kota Bandar Lampung	66
3. Stuktur Organisasi Baznas Kota Bandar Lampung	67
4. Program Baznas Kota Bandar Lampung	67
B. Uji Kualitas Data	74
1. Uji Validitas	74
2. Uji Realibilitas	75
3. Uji Asumsi Klasik.....	75
4. Uji Normalitas	75
5. Uji Linearitas.....	76
6. Uji Heteroskedastisitas.....	77
7. Uji Analisis Regresi Linear Sederhana	78
8. Uji Hipotesis	80
9. Hasil Uji Parsial (t-test).....	80
10. Uji Koefisien Determinasi (R ²)	81
C. Pembahasan dan Analisis	
1. Pengaruh branding Terhadap Keputusan Minat Muzakki Pembayaran Zis Melalui E-money Dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	86
BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	89
A. Simpulan	89
B. Rekomendasi.....	89
 DAFTAR RUJUKAN.....	 91
 DAFTAR LAMPIRAN	 91

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penghimpunan Dana Zakat Melalui E-Money Pada Baznas Kota Bandar Lampung	4
Tabel 1.2 Data Jumlah Muzakki Digital Online Pengguna E-Money.....	8
Tabel 3.1 Jumlah Muzakki Kota Bandar Lampung.....	33
Tabel 3.2 Bobot penilaian Skala Likert.....	58
Tabel 3.3 Indikator <i>Branding</i> (X1).....	60
Tabel 3.4 Indikator Minat (Y)	61
Tabel 3.5 Data Dana Infaq dan Sedekah Melalui E-money Pada Baznas Kota Bandar Lampung.....	68
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	69
Tabel 4.2 Usia Responden.....	70
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Responden	70
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden	71
Tabel 4.5 Jumlah Muzaki Menggunakan Pembayaran Melalui E-Money (Digital Online)	72
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Mengenai <i>Branding</i>	73
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Mengenai Minat	73
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Hasil Penelitian.....	74
Tabel 4.9 Hasil Uji Realibilitas Hasil Penelitian.....	75
Tabel 4.10 Uji Normalitas One-Simple Kolmogorov-Smirnov One Simple Kolmogorov-Smirnov Test	76
Tabel 4.11 Hasil Uji Linearitas Report	77
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas Uji Glejser Coeffisien	78
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Coeffisien.....	79
Tabel 4.14 Hasil Uji t (Parsial) Coeffisien	80
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2 Sumarry.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengumpulan Dana Zakat Infaq dan Sedekah
Indonesia..... 5



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	97
Lampiran 2 Surat Izin Riset.....	105
Lampiran 3 Program Baznas Kota Bandar Lampung.....	106
Lampiran 4 Dokumentasi	109
Lampiran 5 Jawaban Responden	110
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	119
Lampiran 7 Hasil SPSS Uji Asumsi Klasik	120
Lampiran 8 Uji Regresi Linear Sederhana.....	120
Lampiran 9 Hasil SPSS Uji Hipotesis.....	121



BAB 1 PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebagai kerangka awal guna mendapatkan gambaran yang jelas dan memudahkan dalam memahami skripsi ini, maka diperlukan adanya uraian terhadap penegasan arti dan makna dari beberapa istilah yang terkait dengan tujuan skripsi ini dengan penegasan tersebut diharapkan tidak akan terjadi disinterpretasi terhadap penekanan judul dari beberapa istilah yang digunakan, disamping itu langkah ini merupakan proses penekanan terhadap pokok permasalahan yang akan dibahas.

Untuk menghindari kesalah pahaman dalam memahami dan mengembangkan judul skripsi, maka perlu dipertegas judul yang saya ambil yaitu: **“PENGARUH *BRANDING* TERHADAP KEPUTUSAN MINAT MUZAKKI PEMBAYARAN ZIS MELALUI *E-MONEY* DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada BAZNAS Kota Bandar Lampung)”** Adapun istilah-istilah yang perlu dijelaskan adalah sebagai berikut:

1. **Pengaruh** merupakan suatu daya atau kekuatan yang timbul dari sesuatu, baik itu orang maupun benda serta segala sesuatu yang ada di alam sehingga mempengaruhi apa-apa yang ada disekitarnya²
2. **Branding** adalah kegiatan membangun sebuah brand. Membuat identitas, termasuk logo, merupakan salah satu kegiatan branding.³
3. **Keputusan** adalah proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi. Rekomendasi itulah yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan

²Hasan Alwi, et al, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Jakarta: Edisi Ketiga. 2005), 340

³Nur Kabib and others, „Pengaruh Akuntabilitas Dan Transparansi Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Di BAZNAS Sragen”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7.1 (2021), 341

4. **Minat** didefinisikan suatu kondisi atau keadaan orang memiliki daya tarik pada sesuatu dengan peminatan pendalaman ingin menggalinya, melakukan pembuktian pada suatu fokus⁴
5. **Muzakki** adalah seseorang yang berkewajiban mengeluarkan zakat⁵
6. **Zis Zakat** adalah bagian dari harta dengan persyaratan tertentu yang diwajibkan Allah SWT kepada pemiliknya untuk diserahkan kepada yang berhak menerimanya dengan persyaratan tertentu pula. Infaq adalah pemberian atau sumbangan harta dan sebagainya untuk suatu kebaikan. dan sedekah adalah suatu pemberian yang diberikan oleh seorang muslim kepada orang lain secara spontan dan sukarela tanpa dibatasi oleh waktu dan jumlah tertentu⁶
7. **E-Money** adalah alat suatu pembayaran dalam bentuk elektronik yang mana uang atau saldo tersebut akan disimpan dalam chip atau server⁷
8. **Ekonomi Islam** adalah sebuah sistem ilmu pengetahuan yang menyoroti masalah perekonomian. Sama seperti konsep ekonomi konvensional lainnya. Hanya dalam sistem ekonomi ini, nilai-nilai Islam menjadi landasan dan dasar dalam setiap aktifitasnya⁸

Berdasarkan istilah-istilah di dalam penegasan judul diatas, maka ditegaskan bahwa yang dimaksud dalam skripsi ini adalah untuk menguji bagaimana pengaruh *branding* dapat berpengaruh terhadap keputusan minat muzakki pembayaran zis melalui *e-money* dalam perspektif ekonomi islam pada Baznas.

⁴ Urmila Az Zahra Muhammad Zaifuddin,, Firdayanti, „Muzaki Dann Mustahiq“, *Uin Alauddin Makasar*, 2021, 1–29.

⁵ Muhammad Zumar Aminudin and Lila Pangestu Hadiningrum,, *Pengelolaan ZIS Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Dan Penanggulangan Kemiskinan (Studi Deskriptif Dan Preskriptif Di BAZNAS Kabupaten/Kota Di Eks-Karesidenan Surakarta)*“, *ZISWAF: Jurnal Zakat Dan Wakaf*; 6.1 (2019), 80

⁶ Abdul Haris Romdhoni, „*Analisis Faktor Kepercayaan , Manfaat Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Boyolali)*“, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8.02 (2022), 2195–2201

⁷ Tahar Rachman, „*Pengertian Ekonomi Islam*“, *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., April 2016, 2018, 10–27.

⁸ Narendra Irawati and Endah Nur Fitriyani, „*Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Sedekah Non Tunai*“, *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3.2 (2022), .

B. Latar Belakang Masalah

Pada era modern seperti saat ini, perkembangan teknologi mulai dari terciptanya teknologi baru atau inovasi dari teknologi sebelumnya berlangsung begitu cepat sebagai jawaban kebutuhan manusia akan teknologi untuk menunjang berbagai macam aktivitasnya. Salah satu bidang yang terdampak akibat dari perkembangan teknologi adalah digitalisasi transaksi keuangan. selain aktivitas yang terdampak oleh digitalisasi transaksi keuangan oleh masyarakat yang telah disebutkan sebelumnya, transaksi digital juga mulai diadaptasi oleh Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) dengan membuka layanan donasi secara digital atau online.

Zakat, Infaq, dan Sedekah, (ZIS) adalah salah satu instrumen keuangan Islam yang memungkinkan pendistribusian kekayaan guna mengatasi kesenjangan dan mengentaskan kemiskinan. berdasarkan survei yang dilakukan *Central Intelligence Agency* presentase penduduk muslim Indonesia sebesar 87,2%. hal ini menjadi potensi dalam pengumpulan instrumen tersebut. badan amil zakat nasional (BAZNAS) menyatakan pengumpulan Zis terus menunjukkan pertumbuhan yang positif. Indonesia memiliki potensi Zis sebesar Rp233,8 triliun namun hanya Rp14 triliun dana yang terhimpun melalui Organisasi Penghimpunan Zakat (OPZ), sedangkan total pengumpulan Zis melalui non Organisasi Penghimpunan Zakat (OPZ) sebesar Rp61 triliun, artinya sekitar 21,7% saja pengumpulan ziswaf yang dapat terealisasi menurut data Baznas (2021). Salah satu faktornya yaitu meningkatnya minat berdonasi digital tidak dibarengi dengan ketersediaan fasilitas yang cukup memadai dan masih sangat terbatas⁹

⁹ Sri Riwayati and Nurul Bidayatul Hidayah, 'Zakat Dalam Telaah QS. At-Taubah: 103 (Penafsiran Enam Kitab)', *Al Furqan: Jurnal Ilmu Al Quran Dan Tafsir*, 1.2 (2018), 77 – 91.

Tabel 1.1
Data Penghimpunan Dana Zakat Melalui E-Money
Pada Baznas Kota Bandar Lampung

Uraian	Catatan	2017	2016
		(Audited)	(Un. Audited)
Dana Zakat			
Penerimaan			
Penerimaan Zakat Maal	2g,8	22,000,000.00	4,000,000.00
Penerimaan Zakat Profesi	2g,8	75,870,673.00	2,400,000.00
Penerimaan Zakat Fitrah	2g,8	242,472,000.00	274,421,400.00
Jumlah Penerimaan Dana Zakat		340,342,673.00	280,821,400.00
Penyaluran			
Penyaluran Dana Zakat untuk Fakir Miskin	2g,11	(304,790,000.00)	(244,150,000.00)
Penyaluran Dana Zakat untuk Amil	2g,11	(37,437,694.00)	(34,372,539.00)
Jumlah Penyaluran Dana Zakat		(342,227,694.00)	(278,522,539.00)

Sumber : Baznas Kota Bandar Lampung

Dalam Al-Qur'an dijelaskan Ketentuan tentang zakat yang terdapat dalam Q.S. At-Taubah [9]: 103:

حُذِّ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلَّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ١٠٣

Artinya: "Ambillah zakat dari harta mereka, guna membersihkan dan menyucikan mereka, dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doamu itu (menumbuhkan) ketentraman.

Dari ayat tersebut Perintah Allah pada permulaan ayat ini ditunjukkan kepada rasul-Nya, agar rasulullah sebagai pemimpin mengambil sebagian sedekah atau zakat. ini untuk menjadi bukti kebenaran taubat mereka. Karena sedekah atau zakat tersebut akan membersihkan diri mereka dari dosa yang timbul karena mangkirnya mereka dari peperangan dan mensucikan diri mereka dari "Cinta

Harta”. Selain itu sedekah atau zakat tersebut akan membersihkan diri mereka pula dari semua sifat-sifat jelek yang timbul karena harta benda, seperti kikir, tamak, dan sebagainya. Oleh karena itu, rasul mengutus para sahabat menarik zakat dari kaum muslimin¹⁰

Selanjutnya dalam ayat ini Allah memerintahkan kepada rasul dan juga kepada setia pemimpin dan penguasa dalam masyarakat, agar setelah melakukan pemungutan dan pembagian zakat, mereka berdo'a kepada Allah untuk keselamatan dan kebahagiaan pembayar zakat. Do'a tersebut akan menenangkan jiwa merka, dan menentramkan hati mereka. Serta menimbulkan kepercayaan dalam hati mereka bahwa Allah benar-benar menerima taubat mereka

Jika ditelaah lebih lanjut, dana sosial ini tidak bisa dilihat dari instrumen zakat saja, tetapi juga pada instrumen sedekah yang memiliki potensi yang sangat tinggi. Mengingat sedekah adalah ibadah yang bersifat fleksibel, tidak dibatasi oleh waktu serta dapat berbentuk apa saja penghimpunan sedekah biasanya identik dengan kegiatan keagamaan atau kegiatan pengajian

Gambar 1.1
Pengumpulan Dana Zakat Infaq dan Sedekah Indonesia



Sumber: Puskas Baznas, (2021)

Berdasarkan pada gambar diatas pertumbuhan Zakat memiliki tren yang positif dengan pertumbuhan rata-rata mencapai 34,33% per tahun. Hal ini memperlihatkan bahwa performa lembaga penghimpun dana sosial serta kesadaran masyarakat untuk

¹⁰ Nanda Dewi, „“ Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Muzakki Untuk Membayar Zakat Di Baitul Mal Banda Aceh”” (Skripsi UIN Ar-raniry2018), 37-38

menyalurkan Zakat, infaq dan shadakah (ZIS) semakin tinggi tiap tahunnya.

Perkembangan sistem pembayaran berbasis elektronik berdampak pada munculnya inovasi-inovasi sistem pembayaran yang menjanjikan kemudahan, fleksibilitas, efisiensi dan kemudahan dalam bertransaksi. Oleh karena itu, Bank Indonesia mengadopsi metode pembayaran yang dapat mengakomodir aspek tersebut, yaitu *e-money*. Penggunaan uang elektronik di bidang *micropayment* dinilai paling tepat. munculnya uang elektronik merupakan jawaban atas kebutuhan akan alat pembayaran mikro yang menjanjikan proses pembayaran secara cepat dan dengan biaya yang relatif murah¹¹

Minat merupakan suatu keadaan di mana seseorang mempunyai ketertarikan ataupun perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari bahkan berani mengambil tindakan untuk membuktikannya lebih lanjut. minat muncul karena adanya perhatian yang mendalam terhadap suatu objek, di mana kemudian perhatian itu menimbulkan keinginan untuk mengetahui, mempelajari serta membuktikan lebih lanjut¹²

Muzakki adalah seorang muslim atau badan usaha yang berkewajiban menunaikan zakat, sebagaimana dalam Pasal 1 No. 5 Undang-Undang Zakat No. 23 Tahun 2011 disebutkan bahwa pihak yang dikenai kewajiban zakat disebut muzakki, yaitu seorang muslim atau badan usaha yang wajib menunaikan zakat. *E-money* merupakan suatu sistem transaksi dalam dunia perbankan yang cara kerjanya memanfaatkan teknologi untuk memudahkan kegiatan jual beli agar lebih efisien, singkat, dan tepat. *E-money* ini sama halnya dengan kartu kredit dan debit, namun dalam penggunaannya, *e-money* tidak membutuhkan rekening dalam kegiatan transaksi. Yang dibutuhkan konsumen ialah kartu elektronik yang dapat dibeli untuk kemudian

¹¹ Nanda Dewi, „“ Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Muzakki Untuk Membayar Zakat Di Baitul Mal Banda Aceh”” (SKripsi UIN Ar-raniry2018), 37-38.

¹² Ni Made Dwi Aksami And I Made Jember, “Analisis Minat Penggunaan Layanan *E-money* pada Masyarakat Kota Denpasar” (N.D.): 2439–2470.

mengisi saldo *E-money (TOP-UP)* dan *E-money* sudah bisa untuk digunakan sesuai kegunaannya¹³.

Ekonomi islam sebagai suatu ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan dengan alat pemenuhan kebutuhan yang terbatas di dalam kerangka syariah. Ilmu yang mempelajari seseorang muslim dalam satu masyarakat Islam yang di bingkai dengan syariah. definisi tersebut mengandung kelemahan karena menghasilakan konsep yang tidak kompetibel dan tidak universal, karna dari definisi tersebut mendorong seseorang terperangkap dalam keputusan yang bab priori (*apriory judgement*).¹² Meskipun penggunaan *e-money* semakin meningkat, tetapi banyaknya masyarakat yang belum memahami fungsi dan cara menggunakannya. Oleh karena itu, Bank Indonesia tahun 2014 sudah merencanakan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang mana bertujuan untuk membuat masyarakat sadar akan pentingnya pembayaran non tunai, sehingga diharapkan dapat terbentuk suatu komunitas yang lebih menggunakan sistem pembayaran non tunai dan satu-satunya yang dibentuk oleh pemerintah berdasarkan keputusan Presiden RI No. 8 Tahun 2001 yang memiliki tugas dan fungsi menghimpun dan menyalurkan zakat, infak, dan sedekah pada tingkat nasional keberhasilan zakat, infaq dan sedekah sebagai instrument dalam mengentaskan masalah kemiskinan akan terlihat ketika adanya kesesuaian hasil yang terjadi antara input, proses dan output.

Pendayagunaan zakat selain berfokus pada yang bersifat konsumtif namun pendayagunaan yang bersifat produktif lebih memberikan dampak yang lebih luas lagi dalam mengurangi kemiskinan. Sehingga jumlah muzzaki lebih banyak daripada jumlah mustahik yang berarti mampu menciptakan umat sejahtera. dan di Baznas telah membuat pelayanan pembayaran zakat yaitu melalui *system Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*.

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) merupakan pembayaran digital melalui sebuah aplikasi uang elektronik, dompet elektronik, atau *mobile banking* yang digunakan untuk zakat melalui scan *QR Code*.

¹³ Muslimin kara, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Makasar: Alauddin press, 2009),3.

Para muzaki tidak perlu datang dan bertatap secara langsung tetapi cukup dengan memindai *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* milik Baznas.

Sebelum melakukan penelitian yang lebih mendalam, peneliti terlebih dahulu melakukan *prasurvey* di baznas kota bandar lampung yang menggunakan pembayaran melalui *e-money*, berdasarkan hasil *prasurvey* yang dilakukan oleh peneliti, diketahui bahwa pembayaran melalui *e-money* yang digunakan oleh muzakki Baznas Kota Bandar Lampung adalah sebagai berikut

Tabel 1.2
Data Jumlah Muzakki Digital Online Pengguna E-Money

No	Tahun	Jumlah	Transaksi via Digital (Online)	Estimasi Jumlah Muzakki Digital Online
1.	2021	21,980	90%	19782
2.	2022	17,314	90%	15582,6

Sumber: *Baznas Kota Bandar Lampung*

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, maka penelitian menganggap penting untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh *Branding* Terhadap Keputusan Minat Muzakki Pembayaran Zis Melalui *E-Money* Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Baznas Kota Bandar Lampung)”**

C. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi masalah

- a. Masih banyaknya muzakki yang belum mengetahui tentang penggunaan *e-money* atau pembayaran ziswaf secara digital sehingga masih banyak muzakki yang tidak ingin melakukan transaksi secara digital
- b. Karakteristik muzakki yang serba ingin cepat dalam melakukan pembayaran ziswaf untuk menyesuaikan kegiatan mereka dan masih banyaknya muzakki menganggap pembayaran digital bukan pilihan yang tepat sehingga menjadikan muzakki kurang memahami

pembayaran secara digital.

2. Fokus dan Sub-fokus

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi permasalahan yang terjadi di Baznas Kota Bandar Lampung yaitu:

- a. Objek penelitian hanya fokus pada muzakki baznas kota bandar lampung
- b. Variabel Independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Branding sedangkan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah minat muzakki pembayaran ziswaf melalui *e-money* dalam perspektif ekonomi islam.
- c. Penelitian ini menggunakan metode regresi linear sederhana

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah ditemukan sebelumnya maka dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *Branding* berpengaruh terhadap keputusan minat muzakki dalam pembayaran zis melalui *e-money* dalam ekonomi islam?
2. Apakah keputusan minat muzakki berpengaruh terhadap pembayaran zis melalui *e-money* dalam ekonomi islam ?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan perumusan masalah, maka ada beberapa tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *branding* terhadap keputusan minat muzakki terhadap pembayaran zis melalui *E-money* dalam perspektif ekonomi islam pada baznas kota bandar lampung
2. Untuk mengetahui pengaruh minat muzakki terhadap keputusan pembayaran zis melalui *E-money* dalam perspektif ekonomi islam pada baznas kota bandar lampung

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak

yang bersangkutan yakni:

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan serta memberikan informasi mengenai *Branding* dan minat muzakki pembayaran zis melalui *e-money* dalam perspektif ekonomi islam

b. Bagi penulis

Penelitian ini memberikan manfaat bagi penulis dalam pemahaman yang lebih mendalam tentang perbankan khususnya pada perbankan syariah terhadap keputusan minat muzakki pembayaran zis melalui *e-money* dalam perspektif ekonomi islam

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Baznas

Penelitian ini dapat memberikan informasi serta dapat dijadikan sebagai evaluasi kinerja perusahaan agar muzakki tertarik untuk melakukan pembayaran zakat melalui transfer via rekening yang bekerja sama dengan Baznas Kota Bandar Lampung.

b. Bagi muzakki

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembayaran zakat.

c. Bagi Perbankan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan informasi yang dapat digunakan oleh pihak perbankan syariah untuk memberikan evaluasi bagi para praktisi perbankan syariah dalam pengembangan perbankan syariah di masa yang akan datang agar lebih memperhatikan pengaruh branding terhadap keputusan minat muzakki dalam pembayaran zis melalui *e-money* dalam perspektif ekonomi islam

d. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dalam

melakukan penelitian selanjutnya.

G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian telah memilih beberapa judul penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian ini serta dapat mendukung penelitian ini dengan mengidentifikasi persamaan dan perbedaan yang terdapat pada setiap penelitian-penelitian tersebut.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Irhamsyah Affan tentang Analisis Faktor-Faktor Prefensi yang Mempengaruhi Keputusan Metode Pembayaran Zakat Bagi Muzakki di Era Digital. Dalam penelitian ini terdapat empat variabel yaitu Pengetahuan zakat(X1) Pengetahuan Teknologi(X2) Gaya hidup (X3) Kepuasan(X4). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dan memberikan hasil dari penelitian ini adalah faktor pengetahuan teknologi dan pengetahuan zakat belum membuktikan adanya pengaruh terhadap keputusan membayar zakat secara digital namun faktor gaya hidup dan kepuasan memiliki pengaruh untuk muzakki memilih membayar zakat secara digital.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Rakhmanisa Nabila Akhris tentang Pengaruh Pendapatan Religiusitas kepercayaan dan Pengetahuan membayar zakat secara digital Dalam penelitian ini terdapat Empat variabel tingkat Pendapatan (X1) Religiusitas (X2) Kepercayaan (X3) Pengetahuan (X4) Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Dan memberikan hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan secara parsial berpengaruh terhadap pengaruh Pendapatan Religiusitas kepercayaan dan Pengetahuan membayar zakat secara digital.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Afiful Ichwan tentang Pengaruh Digital Literasi dan Teknologi Acceptance Model Terhadap Keputusan Muzakki Membayar ZIS. Melalui Fintech GoPay pada BAZNAS Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu Variabel X: Digital Literasi Teknologi, Acceptance Model (TAM) dan Variabel Y: Keputusan, Muzakki, membayar ZIS melalui Fintech Go-Pay pada BAZNAS Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Olah data Smart PLS3. Dan memberikan hasil dari penelitian ini adalah Digital Literacy berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan muzakki membayar ZIS melalui Fintech Go-Pay pada BAZNAS Teknologi

Acceptance Model.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Windi Astuti dan Budi Prijanto tentang Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Muzaki Dalam Membayar Zakat Melalui Kitabisa.com: Pendekatan Technology Acceptance Model dan Theory of Planned Behavior” Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel 1.Variabel (X1) Minat 2.Variabel (X2) muzakki 3.Variabel (Y) pembayaran Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif Dan memberikan hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan bahwa minat menggunakan (intention to use) layanan zakat digital Kitabisa.com secara signifikan dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use), norma subjektif (subjective norms), persepsi kontrol perilaku (perceived behavior control) , dan sikap (attitude).
5. Penelitian yang dilakukan oleh Deasy Tiani, dan Lili Riani tentang The Analysis of Surabaya Muzakkis's Preference for Zakat Payment through Zakat Digital Payment Dalam penelitian ini terdapat Dua variabel Zakat payment (X1) dan Place (Y) Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif Dan memberikan hasil dari penelitian ini adalah analisis diketahui bahwa variabel tingkat kepastian, pengetahuan zakat, dan tingkat kepuasan berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi muzakki dalam membayar zakat.

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan dan persamaan terhadap penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini perbedaan dan persamaannya yaitu :

1. Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Irhamsyah Affan perbedaannya pada variabel yaitu terdapat empat variabel (X) dan hasil pembahasannya yang dimana penelitian terdahulu hasil pembahasannya yaitu faktor pengetahuan teknologi dan pengetahuan zakat belum membuktikan adanya pengaruh terhadap keputusan membayar zakat secara digital persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah pada metode penelitian yaitu kuantitatif dan hasil penelitian saat ini adalah untuk mengetahui pengaruh tentang keputusan minat muzaki dalam pembayaran zakat secara digital.

2. Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rakhmanisa nabila akhrini memiliki perbedaannya pada variabel independen dan terdapat perbedaan dari hasil pembahasan yang dimana penelitian terdahulu hasil pembahasannya yaitu menunjukkan secara parsial terdapat pengaruh antara pendapatan religiusitas dan kepercayaan. persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah dari hasil pembahasan sama-sama berpengaruh signifikan positif, dan Pengetahuan berpengaruh secara signifikan negatif terhadap minat muzakki mengeluarkan zakat
3. Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Afiful Ichwan memiliki perbedaannya pada variabel Y yaitu keputusan muzakki membayar Zis melalui Fintech Go- pay pada Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) dan memiliki perbedaan pada hasil pembahasan yang dimana penelitian terdahulu hasil pembahasannya yaitu Digital Literacy berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan muzakki membayar Zis sedangkan untuk persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah hasil pembahasan yaitu pembayaran zakat secara digital berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan muzakki membayar Zakat
4. Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Windi astuti dan Budi Prijanto memiliki perbedaannya pada Variabel Minat (X1), Variabel Muzakki (X2), Variabel (Y) pembayaran dan memiliki perbedaan pada hasil pembahasan yang dimana penelitian terdahulu hasil pembahasannya yaitu menunjukkan bahwa minat menggunakan (intention to use) layanan zakat digital Kita bisa.com secara signifikan dipengaruhi oleh persepsi Kemudahan sedangkan untuk persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah hasil pembahasan yaitu menunjukkan bahwa pembayaran zis sangat berpengaruh positif terhadap muzakki
5. Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Deasytdan Lili memiliki perbedaannya pada Variabel Independen knowledge of zakat(X) dan memiliki perbedaan pada hasil pembahasan yang dimana penelitian terdahulu hasil

pembahasannya yaitu bahwa variabel tingkat kepastian pengetahuan zakat dan pengetahuan zakat sangat berpengaruh signifikan terhadap membayar zakat sedangkan untuk persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah hasil pembasahan yaitu menunjukkan bahwa pembayaran zis sangat berpengaruh positif terhadap muzakki dalam melakukan pembayaran zakat secara digital.

Beberapa hasil penelitian terdahulu yang telah diuraikan dengan ringkas, karena penelitian ini dilakukan mengacu pada beberapa penelitian-penelitian sebelumnya dan penelitian terdahulu bertujuan untuk mengetahui hubungan antar penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya dengan yang akan dilakukan. Untuk penelitian penulisan ini beberapa variabel, sampel, metode analisis, objek dan waktu penelitian terdapat penelitian terdapat perbedaan. Penelitian ini berfokus pada pengaruh *branding* (X1), minat (Y)

H. Sistematika Penulisan

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

1. 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.

2. 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

3. 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

4. BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

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

5. BAB V Penutup

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



SIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh branding terhadap minat muzaki pembayaran zis melalui *e-money* dalam ekonomi islam pada baznas kota bandar lampung, serta dilihat dari pandangan islam, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Berdasarkan hasil uji regresi secara parsial (uji t) diketahui bahwa pengaruh antara masing-masing variabel independen yaitu branding secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat muzakki membayar ziswaf melalui *e-money*

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh branding terhadap minat muzaki pembayaran zis melalui *e-money* dalam ekonomi islam pada baznas kota bandar lampung, serta dilihat dari pandangan islam

Berdasarkan 13 nilai signifikan: dari tabel Coeffisien diperoleh nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Branding (X) berpengaruh terhadap variabel Minat (Y). Berdasarkan nilai t: diketahui nilai t hitung sebesar $9.095 > t$ tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Branding (X) berpengaruh terhadap variabel Minat (Y)

B. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan adanya beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan beberapa saran yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Akademis

Diharapkan penelitian ini bisa dijadikan bahan referensi dan dokumentasi bagi pihak kampus selain jurnal dan buku yang sudah ada.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi Peneliti Selanjutnya, diharapkan untuk terus dilakukan penelitian secara berlanjut dengan menggunakan variabel-variabel lainnya

3. Bagi Baznas

Sebaiknya Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) dapat memberikan informasi yang jelas mengenai penggunaan *e-money* karena *e-money* merupakan sebuah sistem pembayaran elektronik seperti saat ini, diharapkan fasilitas *e-money* juga

terus dioptimalkan agar muzaki dapat lebih nyaman dalam penggunaannya.

4. Bagi Muzaki Pengguna *E-Money*

Berdasarkan muzaki disarankan untuk lebih memaksimalkan penggunaan *e-money*, karena dengan menggunakan *e-money* dapat memudahkan pembayaran secara digital kapanpun dimanapun, sehingga dapat memenuhi kebutuhan akan berbagai macam transaksi yang di inginkan.



Abdul Rahman Shaleh, Muhdib Abdul Wahab, „Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam“, *Jakarta : Kencana*, 2004, 40–68

Aminudin, Muhammad Zumar, and Lila Pangestu Hadiningrum, „Pengelolaan ZIS Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Dan Penanggulangan Kemiskinan (Studi Deskriptif Dan Preskriptif Di BAZNAS Kabupaten/Kota Di Eks- Karesidenan Surakarta)“, *ZISWAF : Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 6.1 (2019), 80

Ayu, Lisa, „Landasan Teori Minat Belajar“, *Minat Belajar*, 2.1 (2009), 7–27

Bastiar, Yandi, and Efri Syamsul Bahri, „Zakat Institution Performance Measurement Model in Indonesia“, *ZISWAF : Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 6.1 (2019), 43–64

Chan, S, „Pengaruh Minat Dan Motivasi Siswa Dalam Kegiatan Ekstrakurikuler Seni Musik Terhadap Prestasi Belajar Seni Budaya“, *Teori Minat*, 2011, 32

Choiril Anam, M.EI., „E-Money (Uang Elektronik) Dalam Perspektif Hukum Syari“Ah“, *Qawānīn Journal of Economic Syaria Law*, 2.1 (2018), 95–112

Citra, Pengaruh, Merek Dan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Dalam Menggunakan, Indihome Fiber, and others, „*Jurnal Ilmiah M-Progress Jurnal Ilmiah M-Progress*“, 12.2 (2022), 1–12

Dewi, Dian Ayunita Nugraheni Nurmala, „Modul Uji Validitas Dan Hormonal“, Universitas Diponegoro, October, 2018, 14 Golongan, Delapan, Penerima Zakat, and Analisis Teks, „Delapan Golongan Penerima Zakat Analisis Teks Dan Konteks“, 7 (2019), 316–42

Ii, B A B, „Bab Ii Uraian Teoritis 2.1“, 2016, 7–25

, „Ika Yunia Fauzia Dan Abdul Kadir Riyadi, Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syari“ah, 39-40.“, 2014, 9–59

, „Philip Kotler, 2002, Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2, Prenhallindo, Jakarta Gelder, S.V. (2005). Global Brand Strategy. London: Kogan Page. 21“, 1999, 2005,

21–33

Irawati, Narendra, and Endah Nur Fitriyani, „Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Sedekah Non Tunai“, *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3.2 (2022), 179

Kabib, Nur, Ahmad Ulil Albab Al Umar, Ana Fitriani, Lora Lorenza, and Muammar Taufiqi Lutfi Mustofa, „Pengaruh Akuntabilitas Dan Transparansi Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Di BAZNAS Sragen“, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7.1 (2021), 341

Kadarusno, Aabdul Hadi, Uji Normalitas Data Kesehatan Menggunakan SPSS, Jurusan Kesehatan Lingkungan, 2016 L, Harianti, „Referensi Pengertian Personal Branding“, 2019, 31–46

Latifah, Nur Azizah, and Mulyono Jamal, „Analisis Pelaksanaan Wakaf Di Kuwait“, *ZISWAF: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 6.1 (2019), 1

Minan, Wahibul, and Luqyan Tamanni, „Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Prilaku Sedekah Harta Pada Karyawan PT Tekonsel“, *Iltizam Journal of Shariah Economic Research*, 5.2 (2021), 157–76

Muhammad Zaifuddin, Firdayanti, Urmila Az Zahra, „Muzaki Dann Mustahiq“, *Uin Alauddin Makasar*, 2021, 1–29

Novitaningsih, T., S. I. Santoso, and A. Setiadi, „Analisis Profitabilitas Usahatani Padi Organik Di Paguyuban Al-Barokah Kecamatan Susukan Kabupaten Semarang“, *Mediagro*, 14.01 (2019), 42–57

Perusahaan, Pada, and Farmasi Di, „Jurnal Inovasi Penelitian“, 1.8 (2021)

Pohan, Aulia, „Aulia Pohan, Kerangka Kebijakan Moneter Dan Implementasiya Di Indonesia . (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), Hlm. 121. 1 17“, 2008, 17–52

Rachman, Tahar, „Pengertian Ekonomi Islam“, *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., April 2016, 2018, 10–27

Rahmadi, Pengantar Metodologi Penelitian, Antasari Press, 2011 /10670/1/Pengantar Metedologi Penelitian.

Romdhoni, Abdul Haris, „Analisis Faktor Kepercayaan , Manfaat Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money

Dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Boyolali)”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8.02 (2022), 2195–2201

Setyawan, Dodiet Aditya, „Modul Statistika Uji Validitas Dan Reabilitas Instrumen Penelitian”, Poltekkes Kemenkes Surakarta, 2014, 11

Shabrina, Mira, „Perancangan Visual Brand Rainbow Essence Juice Pada CV. IMNI.CO.ID”, *Repositoru Universitas Dinamika Surabaya*, 2015

Simbolon, Masna Chyintia, „Masna Chyintia Simbolon (1)”, *Pengaruh Tingkat Pemahaman Dan Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Pada Masyarakat Kota Medan)*”, 2019, 1–25

Syafni, Mitri, „Pengaruh Pendidikan Entrepreneurship Terhadap Etika Bisnis Pelaku Usaha Alumni Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 1 Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Islam”, *Uin Suska Riau Repository*, 2018, 30–54

Teori, A Deskripsi, „A. Teori, “Model Pendidikan Humanistik Untuk Meningkatkan Kecerdasan Sosial Pada Mata Pelajaran Aqidah Akhlak a.” Pp.8-39, 1985.”, 1985, 8–39

Tila, Laba, Niken Lestari, and Sulis Setianingsih, „Analisis Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, *Jurnal Labatila*, 3.01 (2020), 96–120

Volkers, Mariella, „No Title EAENH”, *Αγαη*, 8.5 (2019), 55

Abdul Rahman Shaleh, Muhdib Abdul Wahab, „Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam”, Jakarta : Kencana, 2004, 40–68

Aminudin, Muhammad Zumar, and Lila Pangestu Hadiningrum,

„Pengelolaan ZIS Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Dan Penanggulangan Kemiskinan (Studi Deskriptif Dan Preskriptif Di BAZNAS Kabupaten/Kota Di Eks- Karesidenan Surakarta)”, *ZISWAF : Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 6.1 (2019), 80

Ayu, Lisa, „Landasan Teori Minat Belajar”, *Minat Belajar*, 2.1 (2009), 7–27

Bastiar, Yandi, and Efri Syamsul Bahri, „Zakat Institution Performance Measurement Model in Indonesia“, ZISWAF : Jurnal Zakat Dan Wakaf, 6.1 (2019), 43–64 ew/5609/

Chan, S, „Pengaruh Minat Dan Motivasi Siswa Dalam Kegiatan Ekstrakurikuler Seni Musik Terhadap Prestasi Belajar Seni Budaya“, Teori Minat, 2011, 32

Choiril Anam, M.EI., „E-Money (Uang Elektronik) Dalam Perspektif Hukum Syari“Ah“, Qawānin Journal of Economic Syaria Law, 2.1 (2018), 95–112

Citra, Pengaruh, Merek Dan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Dalam Menggunakan, Indihome Fiber, and others,,Jurnal Ilmiah M-Progress Jurnal Ilmiah M-Progress“, 12.2 (2022), 1–12

Dewi, Dian Ayunita Nugraheni Nurmala, „Modul Uji Validitas Dan Hormonal“, Universitas Diponegoro, October, 2018, 14 Golongan, Delapan, Penerima Zakat, and Analisis Teks,,Delapan Golongan Penerima Zakat Analisis Teks Dan Konteks“, 7 (2019), 316–42

Ii, B A B, „Bab Ii Uraian Teoritis 2.1“, 2016, 7–25

, „Ika Yunia Fauzia Dan Abdul Kadir Riyadi, Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syari“ah, 39-40.“, 2014, 9–59

, „Philip Kotler, 2002, Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2, Prenhallindo, Jakarta Gelder, S.V. (2005). Global Brand Strategy. London: Kogan Page. 21“, 1999, 2005, 21–33

Irawati, Narendra, and Endah Nur Fitriyani, „Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Sedekah Non Tunai“, Journal of Islamic Economics and Finance Studies, 3.2 (2022), 179
Kabib, Nur, Ahmad Ulil Albab Al Umar, Ana Fitriani, Lora Lorenza, and Muammar Taufiqi Lutfi Mustofa, „Pengaruh Akuntabilitas Dan Transparansi Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Di BAZNAS Sragen“, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 7.1 (2021), 341

Kadarusno, Aabdul Hadi, Uji Normalitas Data Kesehatan Menggunakan SPSS, Jurusan Kesehatan Lingkungan, 2016 L, Harianti, „Referensi Pengertian Personal Branding“, 2019, 31–46

Latifah, Nur Azizah, and Mulyono Jamal, „Analisis Pelaksanaan Wakaf Di Kuwait“, *ZISWAF: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 6.1 (2019), 1

Minan, Wahibul, and Luqyan Tamanni, „Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Prilaku Sedekah Harta Pada Karyawan PT Tekomself“, *Iltizam Journal of Shariah Economic Research*, 5.2 (2021), 157–76

Muhammad Zaifuddin,, Firdayanti, Urmila Az Zahra, „Muzaki Dann Mustahiq“, Uin Alauddin Makasar, 2021, 1–29
alauddin. Novitaningsih, T., S. I. Santoso, and A. Setiadi, „Analisis Profitabilitas Usahatani Padi Organik Di Paguyuban Al-Barokah Kecamatan Susukan Kabupaten Semarang“, *Mediagro*, 14.01 (2019), 42–57
Perusahaan, Pada, and Farmasi Di, „Jurnal Inovasi Penelitian“, 1.8 (2021)

Pohan, Aulia, „Aulia Pohan, Kerangka Kebijakan Moneter Dan Implementasi Di Indonesia . (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), Hlm. 121. 1 17“, 2008, 17–52

Rachman, Tahar, „Pengertian Ekonomi Islam“, *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., April 2016, 2018, 10–27

Rahmadi, Pengantar Metodologi Penelitian, Antasari ‘Panduan Hamka, Zakat Praktis’, Direktorat Pemberdayaan Zakat, 2013, hlm.41-42

Press, 2011 /10670/1/Pengantar Metodologi Penelitian

Romdhoni, Abdul Haris, „Analisis Faktor Kepercayaan , Manfaat Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Boyolali)“, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8.02 (2022), 2195–2201

Setyawan, Dodiet Aditya, „Modul Statistika Uji Validitas Dan Reabilitas Instrumen Penelitian“, Poltekkes Kemenkes SurakartaSurakarta, 2014, 11

Shabrina, Mira, „Perancangan Visual Brand Rainbow Essence Juice Pada CV. IMNI.CO.ID“, Repositoru Universitas Dinamika Surabaya, 2015

Simbolon, Masna Chyintia, „Masna Chyintia Simbolon (1)“, Pengaruh Tingkat Pemahaman Dan Kemanfaatan Terhadap

Minat Menggunakan E-Money (Studi Pada Masyarakat Kota Medan)"., 2019, 1–25

Syafni, Mitri, „Pengaruh Pendidikan Entrepreneurship Terhadap Etika Bisnis Pelaku Usaha Alumni Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 1 Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Islam“, Uin Suska Riau Repository, 2018, 30–54

Teori, A Deskripsi, „A.Teori, “Model Pendidikan Humanistik Untuk Meningkatkan Kecerdasan Sosial Pada Mata Pelajaran Aqidah Akhlak a.” Pp.8-39, 1985.”, 1985, 8–39

Tila, Laba, Niken Lestari, and Sulis Setianingsih, „Analisis Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam“, Jurnal Labatila, 3.01 (2020), 96–120

Volkers, Mariella, „No TitleEΛENH“, *Αγση*, 8.5 (2019), 55 Nanda Dewi, „“ Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Muzakki Untuk Membayar Zakat Di Baitul Mal Banda Aceh”” (Skripsi Uin Ar-Raniry 2018), 37-38

Ni Made Dwi Aksami And I Made Jember, “Analisis Minat Penggunaan Layanan E-Money Pada Masyarakat Kota Denpasar” (N.D.): 2439–2470.

