

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN MASYARAKAT DALAM  
MEMBAYAR ZAKAT, INFAQ, SHADAQAH  
(ZIS) MELALUI DIGITAL *FUNDRAISING* PADA  
BAZNAS KOTA BANDAR LAMPUNG (Studi  
pada Masyarakat Bandar Lampung)**

**Skripsi**

**HERA MEIDY PUTRI  
NPM : 1951020330**

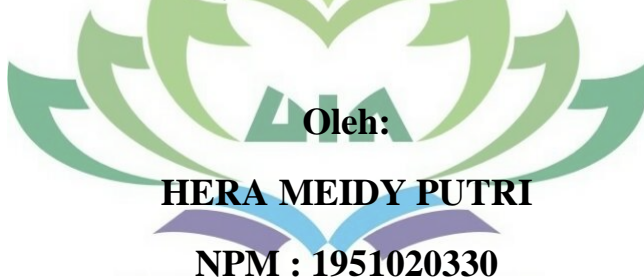


**Program Studi : Perbankan Syariah  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1445 H / 2023 M**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN MASYARAKAT DALAM  
MEMBAYAR ZAKAT, INFAQ, SHADAQAH  
(ZIS) MELALUI DIGITAL *FUNDRAISING* PADA  
BAZNAS KOTA BANDAR LAMPUNG ( (Studi  
pada Masyarakat Bandar Lampung)**

**Skripsi**

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



**Jurusan : Perbankan Syariah**

Pembimbing 1 : Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy.

Pembimbing 2 : Adib Fachri, M.E.Sy.

## ABSTRAK

Bandar Lampung merupakan salah satu kota yang juga mengalami peningkatan yang cukup signifikan mengenai penghimpunan dana zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) yaitu pengumpulan zakat sepanjang 2020-2021 melampaui target peningkatan penghimpunan yang notabennya sebesar 85% penghimpunan dana di BAZNAS Kota Bandar Lampung dihimpun secara digital. Jenis zakat yang dibayarkan oleh masyarakat Bandar Lampung melalui digital *fundraising* paling banyak adalah zakat profesi hal ini karena kebanyakan masyarakat Bandar Lampung bekerja sebagai PNS, Pegawai BUMN, pegawai BUMD, Karyawan swasta. Pembayaran zakat, infaq, dan shadaqah pada BAZNAS Kota Bandar Lampung bisa dilakukan melalui transfer dan melalui beberapa platform seperti dalam bentuk website, barcode dan berbagai aplikasi seperti Gopay, OVO, Shopee Pay, Dana, LinkAja, Go Mobile, dan Sakuku.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif. Pada penelitian ini teknik yang digunakan adalah *nonprobability sampling*. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang dikembangkan dengan skala likert. Sampel penelitian diambil dengan metode *accidental sampling* dengan besar sampel 100 responden berdasarkan rumus Lemeshow. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mengetahui karakteristik jawaban. Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji regresi-linear berganda dan uji hipotesis yaitu uji t dan f

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, faktor sosial dan Religiusitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infaq, dan shadaqah (ZIS) melalui digital fundraising di kota Bandar Lampung. Sedangkan variable Pengetahuan, Faktor sosial, dan religiusitas secara bersama sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat, infaq, dan shadaqah (ZIS) melalui digital *fundraising*. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa membayar membayar zakat, infaq, dan shadaqah (ZIS) melalui digital fundraising dalam prespektif ekonomi islam sudah sesuai dengan syariah dan dengan fatwa No: 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang transaksi keuangan digital. Akad yang dapat digunakan adalah akad ijarah akad ju'alah, dan aakad wakalah nil ujah

Kata Kunci: Keputusan, Pengetahuan, Faktor Sosial, Religiusitas

## **ABSTRACT**

*Bandar Lampung is one of the cities that has also experienced a significant increase in the collection of zakat, infaq, and alms (ZIS) funds, namely the collection of zakat throughout 2020-2021, exceeding the target of increasing collection, which incidentally amounted to 85% of fundraising at the BAZNAS of Bandar Lampung City. digitally. The most common type of zakat formed by the people of Bandar Lampung through digital fundraising is professional zakat because most of the people of Bandar Lampung work as civil servants, BUMN employees, BUMD employees, private employees and others. Payment of zakat, infaq, and shadaqah at BAZNAS in Bandar Lampung City can be done via transfer and through several platforms such as in the form of websites, barcodes and various applications such as Gopay, OVO, Shopee Pay, Dana, LinkAja, Go Mobile, and Sakuku.*

*In this study the authors used quantitative research methods. In this study the technique used is nonprobability sampling. Collecting data in this study using a questionnaire developed with a Likert scale. The research sample was taken by accidental sampling method with a sample size of 100 respondents based on the Lemeshow formula. Data analysis in this study used descriptive analysis to determine the characteristics of the answers.*

*The results showed that the variables of knowledge, social factors and religiosity partially had a positive and significant effect on people's decisions to pay zakat, infaq, and shadaqah (ZIS) through digital fundraising in the city of Bandar Lampung. While the variables Knowledge, social factors, and religiosity together have a significant effect on people's decisions in paying zakat, infaq, and shadaqah (ZIS) through digital fundraising. The results of the study also show that paying zakat, infaq, and shadaqah (ZIS) through digital fundraising in an Islamic economic perspective is in accordance with sharia and with fatwa No: 116/DSN-MUI/IX/2017 concerning digital financial transactions.*

*Keywords: Decision, Knowledge, Social Factors, Religiosity*



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
PRODI PERBANKAN SYARIAH**

*Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721)780887*

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hera Meidy Putri  
Npm : 1951020330  
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat dalam Membayar Zakat, Infaq, Shadaqah (Zis) Melalui Digital *Fundraising* pada Baznas Kota Bandar Lampung (Studi Pada Masyarakat Bandar Lampung)” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut *footnote* atau daftar pustaka, apabila di lain waktu terbukti adanya *penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.*

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi

Bandar Lampung, 24 Juni 2023



Hera Meidy Putri  
NPM. 1951020330



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN

Alamat: Jl. Yankol II, Endro Surtatin, Sukarame, Bandar Lampung, Telp. (0721) 703289

**PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat dalam Membayar Zakat, infaq, Shadaqah (ZIS) pada BAZNAS Kota Bandar Lampung (Studi pada Masyarakat Bandar Lampung**

Nama : Hera Meidy Putri  
NPM : 1951020330  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

**MENYETUJUI**

Untuk dimunaqsyahkan dan dipertahankan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Raden Intan Lampung

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

Dr. Erikee Anggaeni, M.E.Sy  
NIP. 198208082011012009

Adib Fachri, M.E.Sy  
NIP. 198910302019031013

**Mengetahui**

**Ketua Jurusan Perbankan Syariah**

Any Elvza, S.E., M.Ak.  
NIP. 198308152006042004



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM RADEN INTAN LAMPUNG**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**PRODI PERBANKAN SYARIAH**

Alamat: Jl. Letkol H. Frido Suratmin, Sukarame Bandar Lampung, telp. (0721)780867

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat dalam Membayar Zakat, Infaq, Shadaqah (ZIS) Melalui Digital Fundraising pada BAZNAS Kota Bandar Lampung (Studi pada Masyarakat Bandar Lampung)”** Disusun oleh **Hera Meidy Putri**, NPM : 1951020330, program studi Perbankan Syariah, telah di ujikan dalam sidang Munaqasyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada hari : Selasa, 11 Juli 2023.

**TIM MUNAQASYAH**

**Ketua : Dr. Madnasir, M.S.I**

**Sekretaris : Gustika Nurmalia, S.E.I., M.Ek**

**Penguji I. : Zulaikah, M.E**

**Penguji II. : Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy.**

**Mengetahui,**  
**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., M.M.Akt.CA**

## MOTTO

حَصِّنُوا أَمْوَالَكُمْ بِالزَّكَاةِ وَزَوِّدُوا مَرْضَاكُمْ بِالصَّدَقَةِ  
وَاسْتَقْبِلُوا أَمْوَاجَ الْبَلَاءِ عِبَالِدَعَاءٍ وَالتَّضَرُّعِ

Bentengilah hartamu dengan zakat, dan obatilah orang-orang yang sakit dengan sedekah, dan hadapilah semua gelombang bencana dengan doa dan memohon serta merendahkan diri kepada Allah.  
(HR. Abu Dawud).

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ  
صَلَوَاتَكَ سَكَنٌ لَّهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.  
(At-Taubah : 103)



## PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat yang luar biasa, kekuatan, kesehatan, kesabaran untuk penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan segenap kerendahan hati karya sederhana ini penulis dedikasikan untuk:

1. Ibu Tri Windi (Alm), seseorang perempuan hebat yang biasa saya sebut ibu, Banyak hal yang menyakitkan penulis lalu tanpa sosok mu, babak belur dihajar kenyataan yang terkadang tidak sejalan. Rasa iri dan rindu yang seringkali membuat penulis terjatuh dan tertampar realita, namun itu semua tidak mengurangi rasa bangga dan terimakasih atas kehidupan yang kau berikan. Dengan itu, tulisan ini penulis persembahkan untuk malaikat pelindung di surga, “Ibu anaku sudah menyelesaikan skripsi ini semoga Ibu bangga padaku”
2. Bapak Suherman, seseorang yang darahnya mengalir dalam tubuh saya yang telah sabar dan bangga membesarkan putri sulungnya serta telah melangitkan doa-doa baik demi studi penulis. Saya persembahkan karya tulis sederhana dan gelar ini untuk Bapak
3. Erwin Khoirul Akbar dan Keysha Herdianti, kedua adik saya yang saya cintai dan sayangi, terimakasih sudah menjadi alasan untuk kakak kuat dan semangat menjalani kehidupan hingga saat ini. Selalu menjadi penyemangat dan menjadi adik yang baik untuk kakak. Untuk itu karya tulis dan gelar ini kakak persembahkan untuk kalian
4. Almamater tercinta UIN Raden Intan Lampung

## RIWAYAT HIDUP

Penulis dengan nama Hera Meidy Putri, lahir di Mataram Baru, pada tanggal 20 Mei 2001, anak pertama dari tiga bersaudara, putri dari pasangan Bapak Herman dan Ibu Tri Windi Astuti. Pendidikan penulis bermula dari TK Mardisiwi Kecamatan Mataram Baru, Lampung Timur dan lulus pada tahun 2007. Kemudian penulis melanjutkan sekolah di SD Negeri Srimenanti Kabupaten Lampung Timur menempuh pendidikan selama 6 tahun dan lulus pada tahun 2013, setelah itu penulis melanjutkan sekolah di SMP Negeri 1 Labuhan Maringgai kabupaten Lampung Timur dan lulus pada tahun 2016, dan penulis melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 1 Bandar Sribhawono Kabupaten Lampung Timur dan selesai pada tahun 2019. Pada tahun yang sama melanjutkan pendidikan ke jenjang Perguruan Tinggi di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan selesai pada tahun 2023.



Bandar Lampung, 1 Juni 2022  
Penulis,

Hera Meidy Putri

1951020330

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Dalam Membayar Zakat, Infaq, Shadaqah (Zis) Melalui Digital *Fundraising* (Studi Pada Masyarakat Bandar Lampung)” karya ilmiah ini disusun guna melengkapi serta memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam prodi Perbankan Syariah di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, arahan dan hubungan dari berbagai pihak terkait. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak dibawah ini:

1. Bapak Prof. Wan Jamaludin Z, M.Ag.,Ph.D selaku Rektor UIN Raden Intan Lampung
2. Bapak Prof. Dr. Tulus Suyanto, M.M, Akt, C.A selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Raden Intan Lampung
3. Ibu Any Eliza, M.Ak. selaku ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Raden Intan Lampung
4. Ibu Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy. selaku dosen pembimbing I dan Bapak Adib Fachri, M.E.Sy. selaku pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dengan sabar dalam membimbing, mengarahkan, serta memberikan motivasi kepada penulis.
5. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak memberi ilmu pengetahuan selama menempuh pendidikan di UIN Raden Intan Lampung.
6. Seluruh Staf Administrasi dan Perpustakaan UIN Raden Intan Lampung yang telah membantu dan menyediakan materi dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Kedua orang tuaku ayahanda Suherman dan Ibunda tersayang Tri Windy Astuti (Alm) yang telah sabar membesarkanku, mendidik, dan tidak pernah lelah memberikan kebutuhan materi, serta memberikan semangat, nasihat dan candaan-candaan yang diberikan kepada saya. Dan juga selalu mendukung apapun keputusan dan pilihan hidup saya, kalian sangat berarti.
8. Kedua adikku Erwin Khoirul Akbar dan Keysha Herdianti. Terimakasih selalu mendoakan, memotivasi dan tak pernah henti memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada sahabat SMP ku Elis Kholifah dan Herlina Wati, yang senantiasa selalu memberikan dukungan, motivasi, nasihat serta memberikan solusi atas masalah-masalah yang terjadi , tak lupa candaan yang selalu kalian lontarkan untuk membuat penulis bangkit dan semangat sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada sahabatku selama di perkuliahan khususnya Dwi Puspita Sari, Nadia Eka Saputri, Nanda Adelia Azani, dan Ananda Lestari terimakasih karena telah senantiasa memberikan bantuan dan telah mendukung dalam suka maupun duka.
11. Kepada sahabatku Evi Dwi Safitri, terimakasih selalu memberikan bantuan untuk menginap di kediamanmu ketika penulis menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah Angkatan 2019 khususnya kelas A, terimakasih telah menemani dan saling tolong menolong selama perkuliahan dari semester 1 hingga selesai.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun akan saya terima. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat

Bandar Lampung, 1 juni 2022  
Penulis,

Hera Meidy Putri

1951020330



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PESETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xviii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Penegasan Judul .....	1
B. Latar Belakang Masaah .....	3
C. Identifikasi Dan Bataan Maalah .....	14
D. Batasan Masalah .....	14
E. Rumusan Masalah .....	14
F. Tujuan Penelitian .....	14
G. Manfaat Penelitian .....	16
H. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	17
I. Sitematika Penulisan .....	22

**BAB II .....24**

**LANDASAN TEORI DAN PENGUJIAN HIPOTESIS.....24**

A. Teori yang Digunakan .....	24
1. <i>Theory of Planned Behaviour</i> .....	24
2. TAM .....	25
3. Keputusan .....	27
a. Pengertian Keputusan Penggunaan .....	27
b. Proses Keputusan .....	27
4. Pengetahuan.....	29
a. Pengertian Pengetahuan .....	29
b. Faktor Yang Mempengaruhi Pengetahuan .....	29
c. Jenis Pengetahuan Konsumen .....	30
d. Indikator Pengetahuan.....	31
5. Faktor Sosial.....	32
a. Pengertian Faktor Sosial.....	32
b. Indikator Faktor Sosial .....	32
6. Religiusitas .....	33
a. Pengertian Religiusitas.....	33
b. Indikator Religiusitas .....	34
7. Zakat.....	35
a. Pengertian Zakat .....	35
b. Landasan Hukum Zakat .....	36
c. Prinsip dan Tujuan Zakat .....	37
d. Harta Yang Wajib Dikeluarkan Zakatnya .....	39
e. Golongan Mustahik Zakat.....	40
8. Infaq .....	41
a. Pengertian Infaq.....	42
b. Dasar Hukum Infaq.....	42
c. Macam-Macam Infaq.....	43
d. Rukun dan Syarat Infaq.....	44
9. Shadaqah .....	45
a. Pengertian Shadaqah .....	45
b. Dasar Hukum Shadaqah.....	46
c. Rukun dan Syarat Shadaqah.....	47
10. Konsep Digiital Fundraising.....	47

a.	Konsep Digital Fundraising .....	47
b.	Strategi Fundraising .....	49
11.	BAZNAS .....	
a.	Pengertian BAZNAS .....	50
12.	Ekonomi Islam .....	52
a.	Nilai-Nilai Dasar Ekonomi Islam .....	52
b.	Basis Kebijakan Ekonomi Islam .....	53
B.	Kerangka Berfikir .....	55
C.	Hipotesis .....	56
<b>BAB III</b>	.....	<b>61</b>
<b>METODE PENELITIAN</b>	.....	<b>61</b>
A.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	61
B.	Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	61
C.	Populasi, Sampel dan Teknik Pengumpulan Data .....	62
1.	Populasi .....	61
2.	Sampel .....	61
3.	Teknik Pengumpulan Data.....	63
D.	Definisi Operasional Variabel .....	64
E.	Instrument Penelitian.....	67
F.	Uji Reabilitas dan Validitas Data .....	68
1.	Uji Validitas.....	68
2.	Uji Reabilitas .....	69
G.	Uji Prasarat Analisis .....	69
1.	Uji Asumsi Klasik.....	69
a.	Uji Normalitas .....	7
b.	Uji Multikolinearitas .....	71
2.	Uji Regresi Linear Berganda.....	71
H.	Uji Hipotesis.....	72
1.	Uji t.....	72
2.	Uji F.....	73
3.	Koefisien Determinasi.....	73
<b>BAB IV</b>	.....	<b>73</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	.....	<b>73</b>



A. Deskripsi Objek Penelitian .....	73
B. Deskripsi Responden .....	73
C. Deskripsi Distribusi Jawaban Responden .....	74
D. Hasil Penelitian dan Analisis .....	83
1. Hasil Uji Validitas dan Uji Reabilitas .....	83
2. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	86
a. Uji Normalitas .....	86
b. Uji Multikolinearitas .....	87
3. Analisis Regresi Berganda .....	88
4. Uji Hipotesis .....	90
E. Pembahasan .....	94
1. Pengaruh Pengetahuan terhadap Keputusan Masyarakat dalam Membayar Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS) Melalui Digital <i>Fundraising</i> .....	96
2. Pengaruh Faktor Sosial terhadap Keputusan Masyarakat dalam Membayar Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS) Melalui Digital <i>Funddrising</i> .....	98
3. Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Masyarakat dalam Membayar Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS) Melalui Digital <i>Fundraising</i> .....	99
4. Pengaruh Pengetahuan, Faktor Sosial dan Religiusitas terhadap Keputusan Masyarakat dalam Membayar Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS) Melalui Digital <i>Fundraising</i> .....	101
5. Pembayaran Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS) Melalui Digital <i>Fundraising</i> dalam Prespektif Ekonomi Islam .....	103

**BAB V .....**106

**PENUTUP .....**106

A. Simpulan .....	106
B. Rekomendasi .....	107

**DAFTAR RUJUKAN**

## DAFTAR TABEL

1.1	Tabel jumlah penghimpunan dana ZIS .....	4
1.2	Tabel Data Penghimpunan Dana Zakat, Infaq, Shadaqah & DSKL BAZNAS Kota Bandar Lampung .....	11
1.3	Data Penghimpunan Dana Zakat, Infaq, Shadaqah melalui digital <i>fundraising</i> Tahun 2020	
1.4		
3.1	Definisi Operasional Variabel .....	64
4.1	Jenis Kelamin responden .....	73
4.2	Usia responden .....	74
4.3	Pekerjaan responden .....	75
4.4	Rekapitulasi Total Skor Per Item dan Kriteria Jawaban atas Variabel Pengetahuan .....	79
4.5	Rekapitulasi Total Skor Per Item dan Kriteria Jawaban atas Variabel Faktor Sosial .....	80
4.6	Rekapitulasi Total Skor Per Item dan Kriteria Jawaban atas Variabel Religiusitas .....	82
4.7	Rekapitulasi Total Skor Per Item dan Kriteria Jawaban atas Variabel Keputusan .....	82
4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan .....	84
4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Sosial .....	84
4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas .....	84
4.11	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan .....	85
4.12	Hasil Uji Reabilitas .....	86
4.13	Hasil Uji Normalitas .....	87
4.14	Hasil Uji Multikolinearitas .....	88
4.15	Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	89
4.16	Hasil Uji statistik t .....	90
4.17	Hasil Uji statistik F .....	91
4.18	Hasil Uji Determinasi $R^2$ .....	92

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Preferensi Penggunaan Kanal Donasi BAZNAS .....	7
Gambar 1.2 Jenis Zakat yang Dibayarkan Melalui Digital Fundraising .....	
Gambar 4.1 Grafik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	74
Gambar 4.2 Grafik Responden Berdasarkan Usia .....	75
Gambar 4.3 Grafik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	76
Gambar 4.4 Grafik Responden Berdasarkan Jenis Donasi .....	76
Gambar 4.5 Grafik Responden Berdasarkan Jenis Zakat.....	77
Gambar 4.6 Grafik Responden Berdasarkan Layanan Yang Digunakan .....	78



## **Lampiran**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas

Lampiran 4 Uji Prasarat Analisis

Lampiran 5 Uji Hipotesis

Lampiran 6 Surat Izin Riset

Lampiran 7 Dokumentasi

Lampiran 8 Hasil Turnitin



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. PENEGASAN JUDUL

Judul merupakan hal yang sangat penting dari sebuah karya ilmiah, karena judul sebagai kerangka awal guna mendapatkan gambaran yang jelas sehingga memudahkan dalam memahami skripsi ini. Dengan adanya penegasan judul tersebut diharapkan tidak akan terjadi kekeliruan dalam memahami makna yang terkandung dalam judul penelitian ini, disamping itu Langkah ini merupakan penekanan terhadap pokok permasalahan yang akan dibahas. Adapun judul skripsi ini adalah “FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MASYARAKAT DALAM MEMBAYAR ZAKAT MELALUI DIGITAL *FUNDRAISING*”. Maka ditegaskan terlebih dahulu hal hal yang terkandung pada judul tersebut:

#### 1. **Faktor**

Faktor adalah (keadaan, peristiwa) yang ikut menyebabkan terjadinya sesuatu. Factor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu bersumber dari dalam diri individu dan yang berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga<sup>1</sup>

#### 2. **Keputusan**

Keputusan adalah kegiatan memilih suatu strategi atau Tindakan dengan memnuhi syarat, model dan variabel yang ditentukan untuk memecahkan masalah terebut yang

---

<sup>1</sup> Labora Sitinjak dan Apriyanto Uumbu Kadu, “Faktor Internal dan Faktor Eksternal yang Mempengaruhi Kesulitan Belajar Mahasiswa Semester LV Akper Husada Karya Jaya”, Jurnal Akademik Keperawatan Husada Karya Jaya 2, no.2 (2016)

tujuannya untuk mencapai target atau aksi tertentu yang harus dilakukan<sup>2</sup>.

### 3. Masyarakat

Masyarakat adalah sekelompok individu-individu yang hidup Bersama, bekerja sama untuk memperoleh kepentingan Bersama yang telah memiliki tatanan kehidupan, norma-norma, dan adat istiadat yang ditaati dalam lingkungannya<sup>3</sup>. Masyarakat yang dimaksud dalam penelitian ini adalah masyarakat yang membayar zakat melalui digital *fundraising*

### 4. Zakat

Zakat merupakan kewajiban yang diperintahkan oleh Allah SWT untuk mengeluarkan harta tertentu dan batas tertentu dan diberikan kepada golongan tertentu<sup>4</sup>. Secara harfiah zakat berasal dari akar kata dalam Bahasa Arab yang artinya “memurnikan” dan “menumbuhkan”<sup>5</sup>. Menurut Yusuf al-Qarathawi, zakat dari segi bahasa merupakan kata dasar dari berkembang dan apabila seseorang itu berzakat, berarti orang itu baik.<sup>6</sup> Zakat berarti menumbuhkan, memurnikan, (mensucikan), memperbaiki, yang berarti pembersihan diri yang didapatkan setelah pelaksanaan kewajiban membayar zakat.

### 5. Infaq

Infaq adalah sumbangan atau pemberian harta selain zakat untuk kebaikan. Infaq merupakan salah satu pemasukan

---

<sup>2</sup> Muhammad Nasrullah, “Islamic Branding, Religiusitas dan Keputusan Konsumen terhadap Ptoduk”, *Jurnal Hukum Islam* 13, no. 2 (2015): 79-87.

<sup>3</sup> Prasetyo, Donny. "Memahami Masyarakat Dan Perspektifnya." *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 1.1 (2020): 163-175.

<sup>4</sup> Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah, *Pengelolaan Zakat yang Efektif : Konsep dan Praktik di beberapa Negara.*( Jakarta : Bank Indonesia,2016), 58.

<sup>5</sup> Azizah, S. N., Efektivitas kinerja keuangan badan amil zakat nasional (BAZNAS) pada program pentasharufan dana zakat di BAZNAS Kota Yogyakarta. *El-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam* 6, no. 1, (2018): 91-112.

<sup>6</sup> Qaradhawi, Y. *Spektrum Zakat dalam Membangun Ekonomi Kerakyatan*, (Jakarta : Zikrul Hakim,2005)

untuk dana sosial yang tidak terikat jumlah dan waktunya. Infaq dikeluarkan oleh setiap orang yang beriman, baik yang berpenghasilan tinggi atau rendah.

#### 6. **Sedekah**

Sedekah merupakan suatu pemberian untuk orang lain secara sukrela tanpa dibatasi waktu dan kuantitas tertentu. Sedekah tidak hanya berupa harta melainkan dapat berupa perilaku baik dan sebagainya<sup>7</sup>

#### 7. **Digital Fundraising**

Fundraising atau disebut penghimpunan dana, adalah kegiatan yang dilakukan untuk menghimpun dana dan sumber daya lain dari masyarakat yang digunakan untuk mendanai program dan kegiatan operasional lembaga untuk mencapai tujuannya.<sup>8</sup> Digital adalah suatu perubahan dari analog berbasis internet dan mudah diakses dari mana saja melalui jaringan elektronik seperti computer dan smartphone.<sup>9</sup> Sehingga digital fundraising adalah kegiatan menghimpun dana dan sumber daya yang digunakan untuk mendanai program atau kegiatan operasional dengan memanfaatkan media berbasis internet

Berdasarkan penjelasan judul diatas maka maksud dari judul skripsi ini adalah sebuah penelitian yang membahas tentang **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MASYARAKAT DALAM KEPUTUSAN MEMBAYAR ZAKAT, INFAQ, SEDEKAH (ZIS) MELALUI DIGITAL FUNDRAISING”**

## **B. LATAR BELAKANG MASALAH**

---

<sup>7</sup> Abdul Haris, dkk, “Kajian Strategi Zakat, Infaq dan Shadaqah Dalam Pemberdayaan Umat”, *Jurnal Ekonomi* 1, No. 1 (2017) : 24.

<sup>8</sup> Miftahul Huda, *Pengelolaan Wakaf dalam Prespektif Fundraising* (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2012), 27.

<sup>9</sup> Astrid Savitri, *Revolusi Industri 4.0: Mengubah Tantangan Menjadi Peluang di Era Distrupsi 4.0*, (Yogyakarta: Penerbit Genesis, 2019), 40.

Perkembangan zakat, infaq dan sedekah (ZIS) di Indonesia semakin meningkat setiap tahunnya. Pemerintah merupakan salah satu yang berperan untuk turut memberikan pengaruh. Pemerintah mengeluarkan beberapa regulasi yang ditetapkan terkait zakat yaitu UU No. 23 Tahun 2011 kemudian berlanjut diterbitkannya Presiden (Inpes) No. 3 Tahun 2014 yang isinya untuk mengatur tentang optimalisasi pengumpulan zakat di lingkungan kementerian/Lembaga,sekertariat jendral Lembaga negara, sekertariat jendral komisi negara, pemerintah daerah, badan usaha milik negara, dan badan usaha milik daerah melalui Badan Amil Zakat Nasional. Selain itu, kesadaran masyarakat untuk menyalurkan zakat dan menyetorkan infaq, sedekah ke BAZ dan LAZ setiap tahun angkanya naik pesat.<sup>10</sup>

Berdasarkan data statistic zakat Indonesia, total dana (zakat, infaq, sedekah, CSR dan dana lainnya) pada tahun 2020 adalah sebesar 12,4 triliun rupiah. Angka ini menunjukkan adanya selisih 2,2 triliun rupiah lebih besar jika dibandingkan tahun sebelumnya yang berkisar 10,2 triliun rupiah.<sup>11</sup>

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Penghimpunan Dana (Zakat, Infaq, Shadaqah, CSR, dan dana lainnya)**  
**Secara nasional**

Tahun	Jumlah Penghimpunan Dana (dalam rupiah)
2016	5017,29
2017	6224,37
2018	8.117,610
2019	10.277,94
2020	12.429,25

*Sumber: Outlook Zakat Indonesia 2022*

<sup>10</sup> Komite Nasional Keuangan Syariah. *Insight Buletin Ekonomi Syariah: Pemerataan Zakat Untuk Kesejahteraan Masyarakat*, (Jakarta: KNKS, 2019), 2.

<sup>11</sup> Badan Amil Zakat Nasional, *Outlook Zakat Indonesia 2022*, (Jakarta: Puskas BAZNAS, 2022), 34.



Tabel di atas menunjukkan adanya peningkatan dalam penghimpunan dana secara nasional dari tahun ke tahun. Tahun 2016 ke 2017 mengalami pertumbuhan sebesar 1,2 triliun rupiah, 2017 ke 2018 mengalami pertumbuhan sebesar 1,9 triliun rupiah, ditahun 2018 ke 2019 mengalami pertumbuhan sebesar 2,1 triliun rupiah, dan di tahun 2019 ke 2020 mengalami pertumbuhan sebesar 2,2 triliun rupiah.

Meskipun mengalami peningkatan penghimpunan ZIS dari tahun ke tahun, namun penghimpunan tersebut bahkan masih terbilang kecil jika dibandingkan dengan potensi penghimpunan zakat di Indonesia yang tergolong cukup besar yaitu berdasarkan data riset dari BAZNAS potensi zakat di Indonesia adalah sebesar Rp 327, 6 triliun rupiah. Sebagaimana dapat diketahui bahwa potensi zakat di Indonesia dapat dikatakan tinggi sehingga pemerintah pun memeberikan wadah hukum kepada lembaga-lembaga amil zakat dalam mengelola zakat, infaq dan sedekah (ZIS) yang merupakan salah satu upaya lembaga amil zakat untuk mendapatkan dan tambahan dari mekanisme zakat untuk menuntaskan masalah perekonomian.<sup>12</sup>

Zakat merupakan salah satu ibadah yang memiliki kekhasan dalam coraknya, yaitu sebagai ibadah dengan dua dimensi yaitu dimensi sosial kemasyarakatan dan dimensi ekonomi yang tentunya sangat penting dalam mewujudkan kesejahteraan umat. Kesadaran untuk menunaikan kewajiban zakat bagi semua muslim adalah kata kunci bagi terciptanya umat yang sejahtera. Tujuan ini tidak akan terwujud apabila masyarakat tidak mempunyai kesadaran untuk menunaikannya. Sebagaimana dapat diketahui zakat Zakat merupakan rukun islam ketiga yang artinya bersifat wajib untuk ditunaikan. Kewajiban berzakat terdapat dalam Al-Quraan surat at- Taubah ayat 103 yang berbunyi:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ  
إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

---

<sup>12</sup> Ibid.

*“Ambilah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketentraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.”*<sup>13</sup>

Zakat menjadi jembatan yang menyatukan untuk golongan miskin dan golongan kaya dimana zakat dapat menjernihkan jiwa, membuat hati menjadi baik, menciptakan rasa aman, cinta dan persaudaraan. Selain itu, zakat juga melatih manusia agar merasa lebih tinggi dari hartanya agar tidak menjadi budak hartanya dan dengan hadirnya zakat ini untuk membersihkan orang yang memberikan hartanya dan orang yang menerimanya.<sup>14</sup>

Dewasa ini penghimpunan atau *fundraising* lembaga zakat di Indonesia semakin berkembang sebagaimana seiring dengan berkembangnya dunia teknologi yaitu dimana penyaluran zakat, infaq, dan shadaqah saat ini tidak hanya dapat dilakukan menggunakan uang tunai saja, melainkan dapat dilakukan melalui uang elektronik sehingga pembayaran menjadi lebih efektif dan efisien. Ditambah dengan sekitar 4,3 miliar orang di seluruh dunia yang sudah mendapatkan akses internet yaitu 57% dari total penduduk dunia dan sekitar 3,4 miliar diantaranya adalah pengguna aktif media social. Sedangkan di Indonesia sendiri, menurut We Are Social dan Hootsuite jumlah pengguna aktif media social pada tahun 2022 mencapai 191,4 juta pengguna aktif atau sekitar 70% dari total populasi dan sebanyak 30% pengguna media sosial di Indonesia adalah dari Kota Bandar Lampung. Sedangkan pengguna internet adalah 204, 7. Kemudian dari total pengguna internet di Indonesia

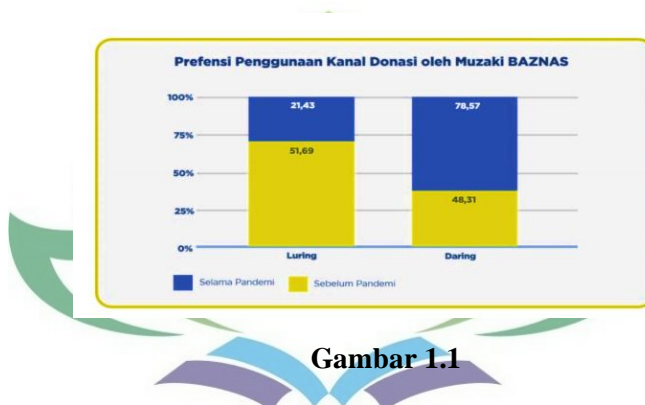
---

<sup>13</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahannya Dilengkapi dengan Asbabun Nuzul dan Hadits Shahih*, (Bandung: Syaamil Al-Qur'an, 2010), 203.

<sup>14</sup> Muhammad bin Ibrahim bin Abdullah At-Tuwaijiri, *Ensklopedia Islam Al-Kamil*, (Jakarta: Darus Sunnah Press, 2012), 777.

tersebut sebanyak 20% adalah dari Kota Bandar Lampung yang aktif menggunakan internet<sup>15</sup>

Perubahan yang cukup pesat di dunia ini perlu diimbangi dengan kesiapan masyarakat dalam menerima perubahan itu sendiri, tidak terkecuali para amil zakat. Organisasi pengelola zakat (OPZ) seperti BAZNAS di tuntut untuk terus berinovasi khususnya dalam *fundraising* dengan memanfaatkan teknologi digital untuk mengoptimalkan penghimpunan zakat, infaq, dan shadaqah. Menurut Deputi Baznas, Arifin Purwakananta, perilaku muzaki di Indonesia kini mulai mengalami pergeseran dalam menunaikan zakatnya yaitu secara daring.<sup>16</sup>



**Gambar 1.1**  
**Preferensi Penggunaan Kanal Donasi Oleh Muzaki BAZNAS**

*Sumber: Outlook Zakat Indonesia 2022)*

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa digitalisasi zakat yang masif oleh OPZ akhirnya bisa memfasilitasi muzaki untuk membayarkan zakatnya secara daring. Dapat diketahui bahwa

<sup>15</sup> We Are Social, Digital 2022 Indonesia, diakses dari <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia> pada tanggal 13 Januari 2023, pukul 20.24 WIB

<sup>16</sup> Ardiansyah, H., "Human Resource Management in Quality Improvement of ZIS Management at LAZISMU Purbalingga in the New Normal Era", *Journal of Business Management Review* 2, no. 2 (2021): 147-161.

pembayaran zakat secara langsung sebelum pandemi adalah 51,49% namun menurun menjadi 21,43% selama pandemi. Sedangkan pembayaran zakat secara daring pada saat sebelum pandemi adalah 48,31% meningkat menjadi 78,57% selama atau setelah pandemi. Pengumpulan secara daring ini dilakukan dengan bekerja sama dengan berbagai platform.<sup>17</sup>

Penelitian oleh Sakka, A. R dan Latifatul Qulub menunjukkan adanya efektivitas penerapan sistem pembayaran zakat berbasis financial teknologi pada LAZ Dompot Dhuafa Sulawesi Selatan di mana Lembaga tersebut bisa mengumpulkan dana zakat secara online lebih dari 2% dari target yang di tujuhan.<sup>18</sup>

Penelitian lain oleh Siregar, S. S dan Hendra Kholid menyatakan bahwa pemanfaatan media digital digunakan untuk *fundraising* atau penghimpunan dana seperti *e-commerce* terbukti dapat meningkatkan donasi yang masuk, memberikan kemudahan, lebih banyak pilihan pembayaran donasi, dan dapat ,menjangkau daerah lebih luas hingga mancanegara.<sup>19</sup>

Perusahaan seperti *Gojek* pun ikut berperan adanya perkembangan teknologi dengan bekerjasama dengan LAZ Nasional melalui *GoZakat* yang dikelola oleh *Gopay*. Terbukti hingga febuari 2020, tercatat sudah ada 9 LAZ yang bergabung dengan BAZNAS, LAZISMU, LAZISNU, Rumah Yatim, Rumah Zakat, Baitul Maal Hidayatullah, Dompot Dhuafa, Global Zakat, dan Griya Yatim & Mandiri.<sup>20</sup>

Menurut pernyataan Winny Triswandhani selaku Head of Corporate Communication GoPay bahwa, inovasi *GoZakat* terus dikembangkan guna membantu LAZ dalam menghimpun zakat sehingga dapat menjangkau donator yang lebih luas.

---

<sup>17</sup>Badan Amil Zakat Nasional, *Outlook Zakat Indonesia 2022*, (Jakarta: Puskas BAZNAS, 2022), 12.

<sup>18</sup> Abdul Rahman Sakka dan Latifatul Qulub, Efektivitas Penerapan Zakat Online Terhadap Peningkatan Pembayaran Zakat dan Lembaga Dompot Dhuafa Sulsel, *Al-Azhar: Journal Islamic Economics* 1, No. 2, (2019): 66-83.

<sup>19</sup> Siti Sahara Siregar dan Hendra Kholid, "Analisis Strtaegi Fundraising Lembaga Amil Zakat Melalui Platform E-Commerce" , *Jurnal Al-Mizan* 3, no. 2, (2019)

<sup>20</sup>Badan Amil Zakat Nasional, *Outlook Zakat Indonesia 2022*, (Jakarta: Puskas BAZNAS, 2022), 12.

Dengan demikian semakin banyaknya LAZ yang tersedia dalam fitur GoZakat, masyarakat semakin terdorong untuk menunaikan zakatnya kapan saja dan dimana saja karena lebih mudah, aman, dan transparan. Sehingga Selain itu perkembangan tersebut menjadi bahan pertimbangan LAZ lain untuk ikut mengembangkan strategi dalam digital fundraising<sup>21</sup>

Dengan demikian adanya perkembangan dunia digital tersebut juga merubah keputusan konsumen dalam menyalurkan zakat, infaq dan shadaqah. Perubahan tersebut seperti bagaimana cara mereka menyalurkan zakat, infaq dan shadaqah. Yaitu yang biasanya melalui uang tunai atau secara langsung kini melalui digital. Hal yang mendasari seorang untung mengambil suatu keputusan adalah dari perilaku konsumen atau masyarakat itu sendiri.

Perilaku konsumen menunjukkan perilaku seseorang terhadap keinginannya untuk mengkonsumsi dan menggunakan suatu barang atau jasa. Schiffman dan Kanuk menyatakan bahwa perilaku konsumen merupakan perilaku yang memperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan dan mengevaluasi serta menghabiskan produk dan jasa yang diharapkan akan memuaskan kebutuhan atau keinginannya. Konsumen yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah masyarakat yang menyalurkan zakat, infaq dan shadaqah (ZIS) melalui *digital fundraising*. Hal-hal yang mempengaruhi untuk berperilaku yaitu dapat muncul dari dalam diri konsumen itu sendiri misalnya motivasi, kepribadian, persepsi maupun kepercayaan. Dalam hal ini kepribadian yang dimaksud adalah pengetahuan muzaki dalam berperilaku untuk menunaikan zakatnya dan kepercayaan yang dimaksud yaitu tingkat religiusitas muzaki sehingga berperilaku dalam menunaikan zakatnya. Selain itu faktor sosial juga dapat mempengaruhi perilaku konsumen.

---

<sup>21</sup> Nur Jamaludin dan Siti Aminah, "Efektivitas Digitalisasi Penghimpunan Dana Zakat pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Tangerang", *MAZWA Journal 2*, no. 2 (2021): 1-29

Pengetahuan Masyarakat mengenai literasi digital dalam layanan zakat, infaq, dan shadaqah (ZIS) (merupakan salah satu perilaku yang dimiliki untuk melakukan pembayaran zakat, infaq, dan sedekah. Pengetahuan adalah sebuah pembelajaran yang mengakibatkan adanya perubahan perilaku seseorang yang disebabkan karena adanya pengalaman<sup>22</sup>. Pengetahuan dapat menjadikan seseorang memiliki kesadaran sehingga akan berperilaku sesuai dengan pengetahuan yang dimiliki. Perubahan perilaku dilandasi oleh pengetahuan, kesadaran dan sikap yang positif bersifat langgeng karena didasari oleh kesadaran mereka sendiri bukan paksaan<sup>23</sup>. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh S martono Ahmad, et al tentang *The Relationship Between Knowledge, Trust, Intention to Pay Zakah and Zakah Paying Behaviour*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat karyawan untuk membayar zakat dan perilaku membayar zakat mereka. Selain itu, pengetahuan memiliki efek positif yang tinggi ada niat untuk membayar zakat dan perilaku membayar zakat.<sup>24</sup> pengetahuan yang dapat dilihat adalah yaitu bagaimana masyarakat tahu, memahami, mengaplikasikan, menganalisis, sintesis, dan mengevaluasi keputusan mereka.

Faktor sosial adalah interaksi sosial langsung diantara kelompok-kelompok masyarakat yang lebih kecil, seperti keluarga, teman sepermainan, dan kelompok-kelompok referensi. Interaksi ini dapat memiliki pengaruh yang kuat pada preferensi dan perilaku seseorang dalam menyalurkan zakatnya. Karena faktor sosial Menurut Sumarwan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi preferensi dan perilaku konsumen<sup>25</sup>. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Farah, Haji-Othman and

---

<sup>22</sup> Siti Sahara dan Hendra Kholid, "Analisis Strategi Fundraising Lembaga Amil Zakat Melalui Platform E-commerce (Studi Komperatif ACT, Dompot Dhuafa, dan Rumah Zakat)", *Jurnal Al-Mizan* 3, No. 2, (2019): 205-222

<sup>23</sup> Notoatmodjo, S., *Kesehatan Masyarakat*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011)

<sup>24</sup> Martono, et al, "The Relationship Between Knowledge, Trust, Intention to Pay Zakah and Zakah Paying Behaviour", *International Journal of Financial Research* 10, no. 2 (2019): 75-81

<sup>25</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalis Indonesia, 2013)

Omar (2017) tentang *Factors Influencing Zakat Compliance Behavior on Saving*, sikap, faktor sosial berpengaruh secara signifikan terhadap faktor yang mempengaruhi seseorang dalam kepatuhan membayar zakat. Ini menunjukkan bahwa setiap individu selalu mencari saran mengenai pembayaran zakat kepada lingkungan sosialnya<sup>26</sup> faktor sosial ini dapat dilihat dari kelompok referensi, keluarga, peran dan status yang mempengaruhi mereka untuk berperilaku

Religiusitas mendorong seseorang untuk berperilaku dalam segala aktivitasnya seperti. Religiusitas juga bisa mempengaruhi pemahaman dan perilaku seorang muslim untuk membayar zakat. Kepatuhan untuk memenuhi kewajiban berzakat merefleksikan keimanan yang terdapat dalam dirinya karena upaya untuk memenuhi seruan perintah agama sangat ditentukan oleh keyakinan seseorang kepada ajaran agamanya.<sup>27</sup> Pada awalnya agama dan dunia ekonomi dianggap tidak sesuai, namun saat ini agama sudah memasuki aspek kehidupan sosial terutama dalam kaitannya dengan perilaku konsumen.<sup>28</sup> Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Idris, Kamil & Bidin, Zainol & Saad, Ram Al Jaffritentang *Islamic Religiosity Measurement and Its Relationship with Business Income Zakat Compliance Behavior* dalam kajian mereka menemukan bahwa religiusitas merupakan faktor penentu bagi kepatuhan muzakki membayar zakat. Menurut penelitian tersebut dalam perspektif kepatuhan membayar zakat, tingkat religiusitas tidak dapat diabaikan karena orang yang memiliki religiusitas tinggi akan lebih patuh dalam membayar zakat dibandingkan dengan orang yang tidak terlalu religius. Religiusitas dapat mempengaruhi seseorang untuk berbuat

---

<sup>26</sup> Noor Azman, Farah Mastura, and Zainol Bidin. "Factors influencing zakat compliance behavior on saving." *International Journal of Business and Social Research* 5.1 (2015): 118-128.

<sup>27</sup> Ardiansyah, "Human Resource Management in Quality Improvement Of ZIS Management at LAZISMU Purbalingga in the New Normal Era", *Journal of Bussiness Management Review* 2, no. 2 (2021):147-186

<sup>28</sup> Anton Priyo Nugroho, Anas Hidayat dan H. Kusuma, "The Influence of Religiosity and Self-Efficacy on the Saving Behavior of the Islamic Banks, *Journal Banks and Bank System* 12, no. 3 (2017): 35-47.

baik<sup>29</sup> religiusitas disini berasal dari keyakinan, pengalaman atau praktik, penghayatan, pengetahuan, dan konsekuensi untuk mendorong masyarakat melakukan perilaku.

Berkaitan dengan hal tersebut berdasarkan data dari BAZNAS bahwa di kota Bandar Lampung merupakan salah satu kota yang juga mengalami peningkatan yang cukup signifikan mengenai penghimpunan dana zakat, infaq, dan sedekah (ZIS).

**Tabel 1.3**  
**Data Penghimpunan Dana Zakat, Infaq, Shadaqah melalui digital fundraising Tahun 2020**

<b>Penghimpunan Zakat Kota Bandar Lampung</b>	<b>Total</b>
Zakat mal	Rp. 109.716.062
Zakat Profesi	Rp. 131.786.552
Zakat Fitrah	Rp. 758.106.714
Infaq/Sedekah	1.887.593.648

*(sumber :Laporan Keuangan BAZNAS Kota Bandar Lampung)*

**Tabel 1.4**  
**Data Penghimpunan Dana Zakat, Infaq, Shadaqah melalui digital fundraising Tahun 2021**

<b>Penghimpunan Zakat Kota Bandar Lampung</b>	<b>Total</b>
Zakat mal	Rp. 250.657.936
Zakat Profesi	Rp. 115.986.792
Zakat Fitrah	Rp. 1.054.204.250
Infaq/sedekah	Rp. 2. 030.388.955

*(sumber :Laporan Keuangan BAZNAS Kota Bandar Lampung)*

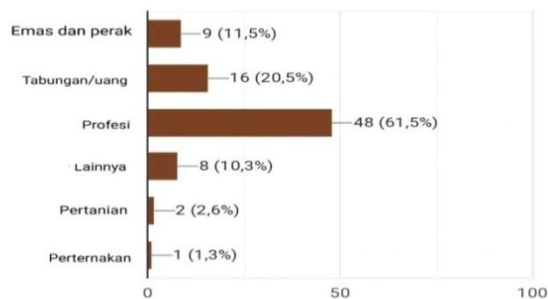
---

<sup>29</sup> Md Idris, Kamil, Zainol Bidin, and Ram Al Jaffri Saad. "Islamic religiosity measurement and its relationship with business income zakat compliance behavior." *Jurnal Pengurusan* 34 (2012).



Dari hasil tabel diatas, dapat dilihat bahwa penghimpunan dana zakat, infaq, dan shadaqah melalui digital *fundraising* sepanjang tahun 2020-2021 yaitu total penghimpunan dana zakat mal sebesar Rp. 109.716.062 meningkat menjadi 250.657.936, penghimpunan dana zakat prosesi sebesar 131.786.552 meningkat menjadi 115.986.792, penghimpunan dana zakat fitrah sebesar 758.106.714 meningkat menjadi 1.054.204.250 dan dana infaq/sedekah sebesar 1.887.593.648 meningkat menjadi 2.030.388.955. Menurut Indah Harum selaku bagian SDM dan Umum bahwa capaian pengumpulan zakat sepanjang 2020-2021 melampaui target peningkatan penghimpunan yang notabennya sebesar 85% penghimpunan dana di BAZNAS Kota Bandar Lampung dihimpun secara digital, bahkan hingga tahun 2023 hal ini dikarenakan mengikuti perkembangan zaman<sup>30</sup>. Bukan hanya itu, informasi mengenai program penghimpunan serta pendistribusian dana zakat atau rakan arena hingga

semacam  
ZISW  
itu dil  
potensi



**Gambar 1.2**  
**Jenis Zakat Yang Dibayarkan Melalui Digital Fundraising**

<sup>30</sup> Wawancara Indah Harum Bagian SDM dan Umum BAZNAS Kota Bandar Lampung “Target pencapaian penghimpunan”

Dari gambar diatas dapat diketahui bahwa masyarakat Bandar Lampung yang membayar zakat profesi adalah sebanyak 61,5%, tabungan/uang sebanyak 20,5% emas dan perak sebanyak 11,5%, peternakan 1,3%, pertanian sebanyak 2,6% dan lainnya sebanyak 10,3%. Dapat disimpulkan bahwa masyarakat Bandar Lampung banyak yang membayarkan zakatnya melalui digital *fundraising* adalah jenis zakat profesi yaitu sebanyak 61,5%. al ini disebabkan karena masyarakat Bandar Lampung banyak yang bekerja.

Badan Amil Zakat Nasional Bandar Lampung sudah Banyak bekerjasama dengan berbagai perbankan di Indonesia. Untuk lebih memudahkan muzakki dalam menyalurkan zakatNya, Antara lain seperti Bank Negara Indonesia (BNI), Bank Syariah Indonesia (BSI), Bank Rakyat Indonesia (BRI), Bank Central Asia (BCA), Bank Sumut Syariah, Bank Sumut Konvensional, Bank Muamalat, dan Bank Mega.15 Sehingga memudahkan para muzaki dalam pembayara zakat melalui digital

Selain itu Para muzakki juga dapat membayarkan secara langsung dengan menggunakan sebuah program pembayaran zakat digital dalam bentuk website, barcode dan berbagai aplikasi seperti Gopay, OVO, Shopee Pay, Dana, LinkAja, Go Mobile, dan Sakuku.

BbbBerdasarkan permasalahan dan penjelasan tersebut peneliti tertarik untuk melakukan pengujian seberapa berpengaruh dan bagaimana signifikannya variabel-variabel independen tersebut terhadap variabel dependennya sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MASYARAKAT DALAM MEMBAYAR ZAKAT, INFAQ, SEDEKAH (ZIS) MELALUI DIGITAL FUNDRAISING PADA BAZNAS KOTA BANDAR LAMPUNG (Studi pada Masyarakat Bandar Lampung).**

## C. IDENTIFIKASI DAN BATASAN MASALAH

### 1. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah merupakan permasalahan yang dapat ditemui pada objek penelitian. Masalah-masalah tersebut dapat dijadikan kajian penelitian. Berdasarkan latar belakang masalah maka masalah yang dapat ditemui dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Rendahnya pengetahuan masyarakat tentang pembayaran zakat, infaq, dan shadaqah (ZIS) melalui digital *fundraising*
- b. Kurangnya minat masyarakat tentang membayar zakat melalui digital *fundraising*
- c. Kesulitan masyarakat dalam menggunakan platform pembayaran zakat, infaq, dan shadaqah (ZIS) melalui digital *fundraising*
- d. Keputusan masyarakat dalam membayar zakat, infaq dan shadaqah di pengaruhi oleh beberapa faktor yaitu faktor pengetahuan, sosial, dan religiusitas.

### 2. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka diperlukan pembatasan permasalahan yang akan diteliti pada penelitian ini. Pembatasan masalah dibuat dikarenakan luasnya permasalahan dan banyaknya faktor yang mempengaruhi permasalahan yang diteliti. Oleh karena itu Batasan smasalah dari penelitian ini yaitu:

- a. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat yang membayar zakat, infaq, dan shadaqah melalui digital *fundraising*
- b. Masyarakat Kota Bandar Lampung yang membayar zakat, infaq dan shadaqah melalui digital *fundraising*
- c. Ruang lingkup penelitian ini adalah menganalisa pengaruh faktor pengetahuan, faktor sosial, dan religiusitas terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat, infaq, dan shadaqah melalui digital *fundraising*

#### **D. RUMUSAN MASALAH**

1. Apakah faktor pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan Masyarakat dalam membayar zakat, infaq, dan sedekah melalui digital *fundraising*?
2. Apakah faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat, infaq, dan sedekah melalui digital *fundraising*?
3. Apakah faktor religiusitas berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat, infaq, dan sedekah melalui digital *fundraising*?
4. Apakah faktor pengetahuan, sosial, dan religiusitas secara simultan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat, infaq, dan sedekah melalui digital *fundraising*?
5. Bagaimana pembayaran zakat, infaq, dan sedekah melalui digital *fundraising* ditinjau dalam perspektif ekonomi islam?

#### **E. TUJUAN PENELITIAN**

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor pengetahuan terhadap keputusan masyarakat dalam menyalurkan zakat, infaq, dan sedekah melalui digital *fundraising*
2. Untuk mengetahui pengaruh faktor sosial terhadap keputusan masyarakat dalam menyalurkan zakat, infaq, dan sedekah melalui digital *fundraising*
3. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas pengetahuan terhadap masyarakat Muzakki dalam menyalurkan zakat, infaq, dan sedekah melalui digital *fundraising*
4. Untuk mengetahui secara simultan pengaruh faktor pengetahuan, sosial, dan religiusitas berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat, infaq, dan sedekah melalui digital *fundraising*
5. Untuk mengetahui bagaimana pembayaran zakat, infaq, dan sedekah melalui digital *fundraising* ditinjau dalam perspektif ekonomi islam

## F. MANFAAT PENELITIAN

### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan dan wawasan kepada masyarakat bahwa adanya metode penyaluran zakat, infaq dan sedekah (ZIS) menggunakan digital fundraising serta guna memberikann sumbangan pemikiran dalam menyalurkan zakat, infaq, dan sedekah. (ZIS).

### 2. Manfaat Praktis

#### a. Bagi akademisi

Penelitian ini dapat menjadi aset pustaka yang diharapkan dapat dimanfaatkan oleh semua kalangan akademisi dan sebagai referensi untuk kebutuhan penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

#### b. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat memperluas pemahaman dan wawasan tentang perilaku masyarakat dalam menyalurkan zakat, infaq, dan shadaqah (ZIS) melalui digital *Fundraising* serta sebagai sarana untuk pengamalan ilmu yang telah diperoleh selama ini.

#### c. Bagi Pemerintahan

Penelitian ini dapat memberikan informasi tentang perilaku masyarakat saat menyalurkan zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) melalui penggalangan dana digital, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam menetapkan kebijakan pemanfaatan zakat, infaq, dan shadaqah secara optimal.

#### d. Bagi Lembaga Zakat

Penelitian ini diharapkan sebagai masukan para Lembaga zakat agar dapat menjadi bahan evaluasi untuk mengembangkan digital *fundraising* dalam menghimpun dana zakat, infaq, dan shadaqah

## G. KAJIAN PENELITIAN TERDAHULU YANG RELEVAN

Tinjauan pustaka adalah mengemukakan hasil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan topik yang dilakukan dan bertujuan untuk mengetahui penelitian yang terbaru, maka berdasarkan kajian yang telah ada peneliti mencantumkan beberapa hasil penelitian yang memiliki relevansi dengan rencana penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Fadhi dan Lili Puspita Sari Tahun 2022 dalam jurnalnya yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Membayar Zis Menggunakan Gopay”. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian ini adalah bahwa variabel kemudahan secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat membayar ZIS menggunakan GoPay. Variabel kesadaran merek memiliki pengaruh yang terbesar terhadap minat masyarakat dalam membayar ZIS menggunakan GoPay, dan variabel religiusitas juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar ZIS menggunakan GoPay. Kemudian secara simulatan dari 3 variabel tersebut (kemudahan, kesadaran merek, religiusitas) secara simultan menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat untuk membayar ZIS menggunakan GoPay. Terdapat persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian Muhammad Fadhi dan Lili Puspita Sari. Persamaannya adalah sama sama membahas tentang penghimpunan ZIS melalui digital fundraising dan variabel yang digunakan adalah religiusitas. Perbedaannya adalah pada penelitian ini objeknya menggunakan semua digital fundraising tidak hanya GoPay.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> Muhammad Fadhil dan Lili Puspita Sari, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Membayar Zis Menggunakan Gopay”, *Veteran Economics, Management, & Accounting Review* 1, no. 1 (2022): 61-73

2. Penelitian yang dilakukan oleh Kurniawati Tahun 2020 dalam jurnalnya yang berjudul “Strategi Pengumpulan Dana Zis Melalui Sistem Berbayar Nontunai Qris Dalam Meningkatkan Minat Donatur Di Baznas Provinsi Bali”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian ini adalah bahwa strategi pengumpulan dana ZIS melalui sistem berbayar nontunai Qris dalam meningkatkan minat donatur di baznas provinsi bali yaitu pertama, dengan menyebarkan *QR Code* melalui media offline. Kedua, faktor pendukung dari penyediaan QR Code Qris sebagai media pengumpulan dana ZIS di BAZNAS Provinsi Bali meliputi memberikan kesan praktis, mudah efisien bagi semua pihak, membangun kepercayaan mereka dari label BAZNAS. Ketiga, yang menjadi penghambat strategi pengumpulan dana ZIS melalui Qris seperti masih kurang sempurnanya sistem scan barcode, bentuk laporan Qris masih manual, minimnya pengetahuan seseorang akan perkembangan teknologi. Terdapat perbedaan dan persamaan penelitian dan dengan penelitian Kurniawati. Persamaannya adalah membahas tentang penghimpunan ZIS melalui nontunai atau melalui digital fundraising. Perbedaannya adalah penelitian kurniawati hanya membahas tentang pembayaran ZIS melalui Qris sedangkan penelitian ini membahas semua *digital fundraising* yang ada.<sup>32</sup>
3. Penelitian yang dilakukan oleh Fathya Fikri Izzudin dan Ibrahim Khoilul Rohman Tahun 2022 dalam jurnalnya yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pengguna Media Sosial Membayar Zakat, Infak Dan Sedekah Non Tunai”. Hasil penelitian ini adalah bahwa penggunaan media social, tingkat literasi keuangan, umur, tingkat pendapatan, dan tempat tinggal mempengaruhi keputusan seseorang untuk

---

<sup>32</sup> Kurniawati, “Strategi Pengumpulan Dana ZIS Melalui Sistem Berbayar Nontunai QRIS dalam Meningkatkan Minat Donatur Di Baznas Provinsi Bali”, *Jurnal Ilmu Pendidikan dan Ekonomi* 5, No. 2 (2020): 240-249

memilih layanan pembayaran ZIS non tunai melalui Lembaga zakat. Variabel persepsi pengguna, persepsi kegunaan, sikap, norma subjektif dan persepsi control bereprilaku berpengaruh terhadap keputusan seseorang untuk memilih pembayaran ZIS non tunai. Terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian oleh Fathya Fikri Izzudin dan Ibrahim Khoilul Rohman. Persamaannya adalah sama sama meneliti tentang membayar ZIS secara non tunai atau digital. Perbedaannya adalah pada variabel yang digunakan dan penelitian ini ditujukan untuk semua masyarakat yang membayar ZIS melalui digital atau non tunai sedangkan penelitian oleh Fathya Fikri Izzudin dan Ibrahim Khoilul Rohman hanya berfokus pada pengguna media sosial.<sup>33</sup>

4. Penelitian yang dilakukan oleh Mega Rachma Kurni Putri dkk Tahun 2020 dalam jurnalnya yang berjudul “Intensi Perilaku Dan Religiusitas Generasi Millenials Terhadap Keputusan Pembayaran Zis Melalui Platform Digital”. Hasil penelitian ini adalah bahwa intensi perilaku millennials memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan membayar ZIS melalui *platform online*. Lingkungan sosial juga merupakan indikator yang mempengaruhi keputusan membayar ZIS melalui *platform online*. Selain itu indikator tertinggi yang membuktikannya adalah dengan kemudahan yang diberikan oleh *platform online* sehingga para millennial berminat untuk membayar ZIS. Selanjutnya religiusitas memberikan pengaruh yang tidak signifikan terhadap keputusan *millennial* di jabodetabek dalam mengeluarkan ZIS secara online. Terdapat persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian Mega Rachma Kurni Putri dkk. Persamaannya adalah sama-sama menggunakan variabel religiusitas. Sedangkan perbedaannya adalah pada objek yang diteliti

---

<sup>33</sup> oleh Fathya Fikri Izzudin dan Ibrahim Khoilul Rohman, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pengguna Media Sosial Membayar Zakat, Infak Dan Sedekah Non Tunai”, *Jurnal Tabarru’* 5, no. 1 (2022)



yaitu pada penelitian Mega Rachma Kurniawati dkk berfokus pada generasi millennials sedangkan penelitian ini mencakup semuanya.<sup>34</sup>

5. Penelitian yang dilakukan oleh N. Kurniawati dan A Sukma Tahun 2015 dalam jurnalnya yang berjudul “Preferensi Masyarakat Kabupaten Sukabumi Dalam Pengambilan Keputusan Membayar Zakat”. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa faktor pertama yang sangat mempengaruhi keputusan membayar zakat melalui Lembaga zakat yaitu faktor psikologi dan faktor sosial yang terdiri dari keyakinan, komunikasi, keluarga, pengetahuan, kelompok acuan motivasi. Faktor kedua adalah faktor sosial meliputi pekerjaan, prestasi dan interaksi. Faktor ketiga adalah faktor social yang meliputi gaya hidup. Faktor keempat adalah faktor budaya yaitu budaya yang ditanamkan. Faktor kelima adalah budaya yaitu budaya yang menyesuaikan. Sedangkan faktor yang mempengaruhi keputusan membayar zakat melalui Lembaga non zakat yaitu faktor pertama adalah faktor pribadi dan faktor sosial yang terdiri dari komunikasi, keluarga, keyakinan, pengetahuan. Faktor kedua adalah faktor sosial dan faktor psikologi yang meliputi interaksi dan motivasi. Faktor ketiga adalah faktor social yaitu pekerjaan. Faktor keempat adalah faktor budaya adalah budaya mengajarkan. Faktor kelima adalah budaya yaitu budaya yang menyesuaikan.<sup>35</sup> Terdapat persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian N. Kurniawati dan A Sukma. Persamannya yaitu menggunakan variabel faktor sosial. Perbedaannya yaitu penelitian N. Kurniawati

---

<sup>34</sup> Mega Rachma Kurniawati dkk, “Intensi Perilaku Dan Religiusitas Generasi Millenials Terhadap Keputusan Pembayaran Zis Melalui Platform Digital”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 7, no. 2 (2020): 15-22.

<sup>35</sup> Kurniawati, N., & Sukma, A. “Preferensi Masyarakat Kabupaten Sukabumi dalam Pengambilan Keputusan Membayar Zakat”. *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam* 1, no. 2 (2015).

dan A Sukma menggunakan tambahan variabel faktor psikologis dan faktor budaya.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Nenie Sofyawati dan Situ Nur Halimah dalam jurnalnya yang berjudul “Perilaku Muzakki Dalam Menyalurkan Zakat Di Era Digital”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku muzakki yang menyalurkan zakat secara konvensional dipengaruhi oleh faktor budaya (budaya, subbudaya), faktor sosial (keluarga, peran dan status), faktor psikologis (motivasi, keyakinan, sikap, pembelajaran), pribadi (gaya hidup), sedangkan dorongan perilaku muzakki yang menyalurkan zakatnya melalui kanal digital yaitu dipengaruhi oleh faktor psikologis (keyakinan, sikap), psikologis (pembelajaran), dan pribadi (gaya hidup).<sup>36</sup> Terdapat persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian Nenie Sofyawati dan Situ Nur Halimah. Persamaannya adalah sama-sama mengkaji tentang perilaku muzakki dalam menyalurkan zakatnya. Perbedaannya adalah penelitian Nenie Sofyawati dan Situ Nur Halimah adalah tidak membahas infaq dan sedekah. Selain itu metode yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif kepustakaan.

## H. Sistematika Penulisan

Sistematika pada penulisan skripsi ini terdiri dari sebagai berikut:

### 1. Bagian awal

Bagian awal pada skripsi ini meliputi cover skripsi, halaman sampul, halaman abstrak, halaman pernyataan, orasionalitas, halaman persetujuan, halaman pengesahan, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar dan daftar lampiran.

### 2. Bagian inti

---

<sup>36</sup> Nenie Sofyawati dan Situ Nur Halimah, “Perilaku Muzakki dalam Menyalurkan Zakat di Era Digital”, *Jurnal Anida* 22, no. 1 (2022): 45-64

**BAB I                   PENDAHULUAN**

Pada bab ini terdiri dari penegasan judul, latar belakang masalah, identifikasi dan Batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan dan sistematika penulisan

**BAB II                   LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS**

Pada bab ini berisi teori-teori mengenai perilaku konsumen, zakat, infaq, sedekah, digital fundraising, kerangka berpikir, dan pengajuan hipotesis.

**BAB III                 METODE PENELITIAN**

Pada bab ini berisi tentang waktu dan tempat penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampel, dan pengumpulan data, definisi operasional variabel, instrument penelitian, uji validitas dan reabilitas data, uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

**BAB IV                 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi mengenai deskripsi data, pembahasan hasil penelitian, data dan uji hipotesis.

**BAB V                   PENUTUP**

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian.

**3. Bagian Akhir**

Pada bagian akhir skripsi meliputi daftar rujukan dan lampiran.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan guna menjawab rumusan masalah pada penelitian, adalah sebagai berikut

1. Faktor Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infaq, dan shadaqah (ZIS) melalui digital fundraising di kota Bandar Lampung. Artinya semakin besar pengetahuan yang dimiliki maka akan semakin tinggi keputusan masyarakat untuk membayar zakat, infaq, dan shadaqah (ZIS) melalui digital *fundraising*.
2. Faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infaq, dan shadaqah (ZIS) melalui digital fundraising di kota Bandar Lampung. Artinya semakin lingkungan sekitar mempengaruhi maka akan semakin tinggi keputusan masyarakat untuk membayar zakat, infaq, dan shadaqah (ZIS) melalui digital *fundraising*.
3. Faktor Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infaq, dan shadaqah (ZIS) melalui digital fundraising di kota Bandar Lampung. Artinya semakin tinggi religiusitas yang dimiliki maka akan semakin tinggi keputusan masyarakat untuk membayar zakat, infaq, dan shadaqah (ZIS) melalui digital *fundraising*.
4. Faktor Pengetahuan, sosial, dan religiusitas secara bersama sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat, infaq, dan shadaqah (ZIS) melalui digital *fundraising*.
5. Bersedekah, berinfaq, atau berzakat secara daring atau digital itu diperkenankan karena sudah memenuhi ijab qobul atau serah terima nonfisik serta memenuhi unsur

kemudahan. karena kriteria ijab qabul itu bisa dilakukan dengan lisan, tulisan, atau media lain selama dipahami sebagai ijab qabul dan disetujui pihak akad, karena substansi ijab qabul adalah transaksinya jelas dan setiap pihak akad itu ridha seperti ketentuan donasi dalam platform digital sebagaimana sesuai dengan fatwa No: 116/DSN-MUI/IX/2017. Akad antara penerbit dan pemegang uang elektronik adalah akad wadiah atau akad qardh. Akad yang dapat digunakan penerbit dengan para pihak dalam penyelenggaraan uang elektronik (principal, acquirer, pedagang, penyelenggara kliring, dan penyelenggara penyelesaian akhir) adalah akad ijarah akad ju'alah, dan akad wakalah nil ujah.

## **B. Rekomendasi**

Bagian ahir penulisan skripsi ini, penulis sampaikan beberapa saran dalam upaya meningkatkan kinerja, sebagai berikut:

1. Lembaga zakat diharapkan selalu melakukan perbaikan fitur-fitur dan tampilan yang terdapat pada sistem zakat digital baik yang berupa website atau aplikasi untuk memudahkan masyarakat untuk membayar zakat, infaq, dan shadaqah (ZIS) melalui digital *fundraising*.
2. Lembaga zakat dapat memaksimalkan pengaruh influencer, ulama, atau public figure yang banyak di senangi oleh masyarakat sebagai bentuk strategi pemasaran dan sosialisasi. Sosialisasi tersebut dapat dilakukan melalui langsung atau melalui media sosial. Karena saat ini sudah memasuki kondisi yang serba digital
3. Bagi peneliti yang selanjutnya akan meneliti tentang pembayaran zakat infaq, dan shadaqah (ZIS) melalui digital *fundraising* diharapkan mampu menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan masyarakat dalam membayar zakat, infaq, dan shadaqah (ZIS) melalui digital *fundraising* diluar variable-variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Narbuko, Cholid. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara. 2019
- Al-Quran Kemenag Online, *Qur'an Dan Terjemahan*.  
<https://quram.kemenag.go.id/>
- Ardiansyah. Human Resource Management in Quality Improvement Of ZIS Management at LAZISMU Purbalingga in the New Normal Era, *Journal of Bussiness Management Review*. Vol. 2, No. 2 (2021)
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan atau praktik*. Jakarta: Rhineka Cipta, 2022
- Azizah, S. N., Efektivitas Kinerja Keuangan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) pada Program Pentas Harufan Dana Zakat Di BAZNAS Kota Yogyakarta. *ElJizya: Jurnal Ekonomi Islam*. Vol. 6, No. 1 (2018)
- Azman, Noor, Farah Mastura, and Zainol Bidin. Factors influencing zakat compliance behavior on saving." *International Journal of Business and Social Research*. Vol. 5, No. 1 (2015)
- Baznas. *Outlok Zakat Indonesia*. Jakarta: Badan Amil Zakat Nasional. 2019.
- BPS. *Jumlah Penduduk Indonesia*. Jakarta: Badan Pusat Statistiak, 2022.
- Cinta, Galuh. Preferensi dan Perilaku Masyarakat Dalam Membayar Zakat Melalui Digital Fundraising. *Skripsi, UIN Syuarifh Hidayatullah* (2022)
- Daniati, Pengaruh Religiusitas Muzaki, Akuntabilitas dan Kredibilitas Lemabaga Amil Zakat di Lembaga Amil Zakat, *Universitas Islam Indonesia*. (2018)
- Didin, Hanifudin, Ahmad Juwaeni. *Membangun Perdaban Zakat*. Jakarta: IMZ. 2006.
- Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro. (2018)
- Hakim, Rahman et. al., Peran Zakat dalam Pembangunan Pendiikan di Kota Bogor (Studi Kasus Pendayagunaan Zakat

- Bidang Pendidikan Dompot Peduli Ummat Daarut Tauhid Cabang Bogor)", *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol. 5, No. 2 (2014)
- Jamaludin, Nur dan Siti Aminah, "Efektivitas Digitalisasi Penghimpunan Dana Zakat pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Tangerang", *MAZWA Journal 2*, no. 2 (2021): 1-29
- Kementrian Agama, *Manajemen Pengelolaan Zakat*. Jakarta Direktorat Pemberdayaan zakat, Direktorat Jenderal Masyarakat Islam Departemen Agama Republic Indonesia (2009).
- Kurniawati, "Strategi Pengmpulan Dana ZIS Melalui Sistem Berbayar Nontunai QRIS dalam Meningkatkan Minat Donatur Baznas Provinsi Bali", *Jurnal Ilmu Pendidikan dan Ekonomi 5*, No. 2 (2020): 240-249
- Lemeshow, Stanley et.al., *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University PressManan, Abdul F N. et al., 2021 "Pendigitalan Operasi Kutipan dan Agihan Zakat dalam Mencapai Matlamat Pembangunan Maman", *Jurnal Dunia Pengurusan 3*, no. 1 (1977)
- Mangkunegara, Prabu Anwar. *Perilaku Konsumen*, Bandung: PT. Refika Aditama, 2022
- M Idris, Kamil, Zainol Bidin, and Ram Al Jaffri Saad. Islamic religiosity measurement and its relationship with business ncome zakat compliance behavior. *Jurnal Pengurusan*. Vol. 3, No. 4 (2012)
- Miftahul, Huda. *Pengelolaan Wakaf dalam Prespektif Fundraising*. Jakarta:Kementrian Agama RI, (2020)
- M.Suyanti,. *Strategi Periklanan pada E-commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta : AndiOffset, (2003)
- M.Suyanto. *Strategi pada E-commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Andi Offfset, 2003
- Napitupulu, dkk.. "Perilaku Berzakat di Masa Pandemi Covid-19", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. Vol. 7, No.2(2021)
- Notoatmodjo. S.. *Kesehatan Masyarakat*. Jakarta: Rineka Cipta., 2011.



- Philip, Kotler dan Kevin Lane Keller, *Managemen Pemasaran edisi ke 13 jilid I*, Yogyakarta: Penerbit Airlangga , (2009)
- Prasetyo, Hendi dan Vera Anitra, “Pengaruh Religiusitas terhadap Kinerja Karyawan: Studi pada Tenaga Kependidikan Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur”, *Journal UMKT*, no. 1 (2020):705-712
- Priyo, Nugroho, Anton, Anas Hidayat dan H. Kusuma. The Influence of Religiosity and Self Efficacy on the Saving Behavior of the Islamic Banks, *Journal Banks and Bank System*. Vol. 12, No. 3 (2017)
- Purwanto, April, *Manajemen Fundraising bagi Organisasi Pengelola Zakat*. Yogyakarta: Sukses, 2019
- Qaradhawi, Y. *Spektrum Zakat dalam Membangun Ekonomi Kerakyatan*, Jakarta: Zikrul Hakim. 2005
- Rachma, Mega Kurniaputri dkk, “Intensi Perilaku Dan Religiusitas Generasi Millenials Terhadap Keputusan Pembayaran Zis Melalui Platform Digital”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 7, no. 2 (2020): 15-22.
- Sahara, Siti dan Hendra Kholid. 2019. Analisis Strategi Fundraising Lembaga Amil Zakat Melalui Platform E-commerce (studi Komparatif ACT, Dompot Dhuafa, Rumah Zakat), *Jurnal Mizan*. Vol. 3, No. 2 (2019)
- Sani, Anwar. (2010), *Jurus Menghimpun Fulus, Manajemen Zakat Berbasis Masjid*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sari, Putri. 2020. Hubungan Minat Beli dengan Keputusan Pembelian pada Konsumen”, *Psikoborner*. Vol. 8, No. 1 (2020)
- Simamora, *Pemasaran Strategik*. 1 st edn. Tenggara Selatan: Universitas Terbuka, 2017.
- Soemitra., Andri. (2009). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Depok: Kencana
- Sofyawati, Nenie dan Situ Nur Halimah, “Perilaku Muzakki dalam Menyalurkan Zakat di Era Digital”, *Jurnal Anida* 22, no. 1 (2022): 45-64
- Subianto, Totok. “Studi Tentang Perilaku Kosumen Beserta Implikasinya terhadap Keputusan Pembelian”, *Jurnal Ekonomi Modernisasi*. Vol. 3, No. 3 (2007).

- Sudaryono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Mix Methode*. Depok: PT Gravindo, 2019.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2017.
- Tanzeh, Ahmad. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Teras. 2019
- Utama dan Surya. Pengaruh Religiusitas, Adversity Quetiont Dan Lingkungan Kerja Non Fisik Terhadap Setres Kerja”, *Ejurnal Manajemen*. Vol. 8, No. 5 (2019).
- Widiastuti, A. dan Silfiana, S. Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Pulau Jawa”, *Jurnal Ekonomi-Qu*. Vol. 11, No. 1 (2021).
- Wong, Jony. *Internet Marketing For Beginners*. Jakarta: Media Komputindo. 2010
- Fikri, Fathya. “Izzudin dan Ibrahim Khoilul Rohman, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pengguna Media Sosial Membayar Zakat, Infak Dan Sedekah Non Tunai”, *Jurnal Tabarru’* 5, no. 1 (2022)

