

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Islam dalam ajarannya mengandung banyak konsep amal yang berkaitan dengan kepekaan sosial. Salah satu konsep jaminan sosial yang konkrit dan komprehensif dimunculkan pertama kali oleh Al-Quran dalam sebuah konsep yang dinamakan zakat. Zakat ditinjau dari segi fiqih merupakan sejumlah harta yang wajib diserahkan kepada yang berhak<sup>1</sup>.

Zakat yang merupakan bentuk ibadah umat muslim adalah bentuk kegiatan menggunakan harta yang mendorong untuk dapat mengasihi sesama manusia, memberdayakan masyarakat, menggerakkan perekonomian, mewujudkan keadilan sosial, hingga mengentaskan kemiskinan<sup>2</sup>. Adapun urgensi, hikmah, dan manfaat dari zakat yaitu merupakan wujud keimanan dan rasa syukur kepada Allah, hak bagi mustahik yang bertujuan untuk membina ke arah yang lebih sejahtera, dan sebagai sumber dana untuk pembangunan sarana dan prasarana umat, dan instrumen pemerataan pendapatan<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Didin Hafidhuddin, *Zakat Dalam Perekonomian Modern*, ed. Irwan Kelana (Jakarta: Gema Insani, 2002).

<sup>2</sup> Gus Arifin, *Zakat, Infak, Sedekah: Dalil – Dalil Dan Keutamaan* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2011).

<sup>3</sup> Didin Hafidhuddin, *Agar Harta Berkah Dan Bertambah* (Jaka: Gema Insani, 2007).

Menurut Yusuf al- Qaradhawi zakat adalah sebuah ibadah *maaliyah ijtima'iyah* yang memiliki posisi yang sangat penting dalam menentukan dan membuat strategis kedepannya, terutama jika dilihat dari sisi pembangunan kesejahteraan umat islam. Zakat termasuk kedalam rukun islam yang ketiga dari rukun islam yang lima. Sebagaimana yang diungkapkan dalam hadist nabi tentang zakat, keberadaan zakat merupakan *ma'luum minad-diin bidh-dharuurah* yaitu secara otomatis adanya zakat merupakan mutlak dari keislaman seseorang

Merebaknya penyebaran covid-19 pada awal tahun 2020 di Indonesia membuat pemerintah pusat dan daerah membuat kebijakan untuk mengurangi aktivitas di luar rumah. Hal itu juga berdampak terhadap Lembaga-lembaga zakat yang ada beberapa daerah, sehingga banyak yang memutar arah untuk membuat kebijakan yang sesuai dengan kondisi pada saat itu. Dampak yang ditimbulkan dari pandemi covid terhadap minat membayar zakat ialah menurunnya para muzakki dalam membayar zakat ke BAZNAS. Muzakki mengalihkan semua itu kepada mustahiq sekitar dekat rumah, hal itu terjadi terbentur dengan adanya pembatasan-pembatasan yang diterapkan pada masa pandemi covid-19.

Menghadapi masa pandemi Lembaga zakat seperti Badan Amil zakat Nasional (BAZNAS) dan Organisasi Pengeloa Zakat (OPZ) lainnya banyak mengeluarkan kebijakan seperti membayar Zakat, Infaq, Shadaqah,

dan Wakaf (ZISWAF) melalui sistem pembayaran digital. Digunakannya pembayaran digital sangat memudahkan para muzakki dalam membayar zakat. Hal tersebut juga diterapkan oleh Baznas Provinsi Banten dalam proses penghimpunan dan pengelolaanya dipermudah dengan *system digital*, sehingga para muzakki juga tidak melupakan kewajiban dalam membayar zakatnya.

Kewajiban membayar zakat bagi seorang muslim sama halnya seperti kewajiban melaksanakan sholat lima waktu. Zakat memiliki kedudukan yang sangat tinggi dalam Islam, sehingga kata zakat sering disandingkan dengan kata sholat di dalam Al-Qur'an. Harta yang dikeluarkan untuk zakat bertujuan untuk mencegah penimbunan harta oleh sekelompok orang sehingga harta tersebut dapat berputar di masyarakat dan berdampak bagi peningkatan perekonomian sektor riil. Selain itu, dalam sejarah perkembangannya zakat telah menjadi instrumen yang mampu menggeser status sosial umat, dari mustahik menjadi muzakki<sup>4</sup>.

Selain berfungsi sebagai pengentas kemiskinan, zakat juga memiliki peran sebagai instrumen perkembangan dan pembangunan manusia. Hal ini karena apabila zakat dikelola dengan baik dan amanah akan mampu meningkatkan etos dan etika kerja umat, kesejahteraan umat,

---

<sup>4</sup> Hana Ni'mathul Aulia, "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Membayar Zakat Maal Pengunjung Mall Di Kota Malang" ((Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya), 2019). h. 12.

dan sebagai institusi pemerataan ekonomi<sup>5</sup>. Terdapat tiga dimensi pokok pada dasar konsep zakat yakni dimensi ekonomi, dimensi spiritual sosial, dan dimensi personal<sup>6</sup>. Berkaitan dengan dimensi ekonomi, zakat memiliki dua konsep utama yaitu mekanisme sharing dalam perekonomian dan pertumbuhan ekonomi berkeadilan. Dimensi spiritual sosial berkaitan dengan zakat sebagai salah satu fasilitas atau sarana ibadah serta penyucian dan pembersihan jiwa yang dapat meningkatkan kadar religius seorang muslim. Hal ini kemudian berkaitan dengan dimensi personal yang mana zakat dapat menstimulus seseorang untuk mempunyai etos kerja atau semangat kerja tinggi. Apabila dilakukan pengkajian lebih dalam, ketiga dimensi tersebut tentu memiliki hubungan positif dengan parameter atau ukuran pembangunan dan pengembangan manusia yang terdiri dari standar hidup layak, pendidikan, dan kesehatan.

Keberadaan Lembaga Zakat dalam pengelolaan zakat kini menjadi sangat penting. Hal berkaitan dengan peran Lembaga Zakat dalam memberikan dampak kepada masyarakat yang lebih luas. Sebelum adanya Lembaga Zakat, zakat lebih banyak dikelola oleh individu masing-masing yang pada akhirnya hanya berdampak pada sekedar meringankan beban

---

<sup>5</sup> Hafidhuddin, *Zakat Dalam Perekonomian Modern*.

<sup>6</sup> Rina Murniati and Irfan Syauqi Beik, "Pengaruh Zakat Terhadap Indeks Pembangunan Manusia Dan Tingkat Kemiskinan Mustahik: Studi Kasus Pendayagunaan BAZNAS Kota Bogor," *Al-Muzara'ah* 2, no. 2 (December 26, 2014). h. 135.

konsumsi seseorang<sup>7</sup>. Padahal zakat dapat memberikan dampak yang lebih besar pada aspek sosial ekonomi sehingga mampu mengatasi masalah kemiskinan dan mendorong perkembangan masyarakat. Dampak ini dapat diperoleh dengan menjadikan zakat sebagai sumber ekonomi produktif sehingga pengelolaannya menghasilkan manfaat produktif yang maksimal. Hal ini sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 Bab 1 Pasal 3 yang mengemukakan bahwa salah satu tujuan pengelolaan zakat adalah untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan penanggulangan kemiskinan.

Tabel 1.1  
Potensi zakat Provinsi Banten tahun 2015-2019

| Rincian                       | Satuan           | 2015  | 2016  | 2017  | 2018  | 2019   |
|-------------------------------|------------------|-------|-------|-------|-------|--------|
| Potensi Zakat                 | miliar<br>rupiah | 233,8 | 240,5 | 255,7 | 257,9 | 260,2  |
| Pengumpulan<br>Zakat          | miliar<br>rupiah | 2,370 | 3,037 | 5,900 | 7,176 | 17,390 |
| a. Zakat Maal<br>Perseorangan | juta<br>rupiah   | 293,9 | 514,1 | 886,7 | 689,5 | 730,6  |

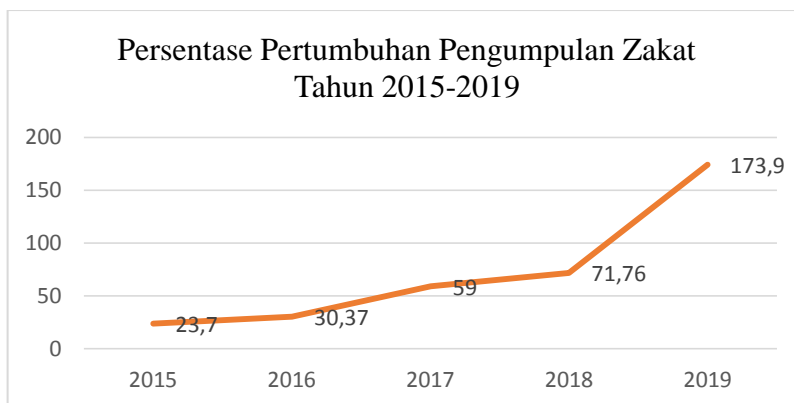
<sup>7</sup> Nadilla Ambarfauziah Rulian, "Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Muzaki Dalam Memilih Organisasi Pengelola Zakat (OPZ): Studi Kasus Di Badan Amil Zakat Nasional Kota Bogor" (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor, 2014).

|                        |                  |       |       |       |       |        |
|------------------------|------------------|-------|-------|-------|-------|--------|
| b. Zakat Maal<br>Badan | miliar<br>rupiah | 1,887 | 2,293 | 5,059 | 6,098 | 16,101 |
| c. Zakat Fitrah        | juta<br>rupiah   | 162,5 | 205,4 | 175   | 359,9 | 541,9  |

Sumber: diolah dari statistik zakat Provinsi Banten, 2015-2019

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa aktualisasi pengumpulan zakat terhadap potensi zakat Indonesia sangat kecil (<1% per tahun). Oleh karena itu, berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa pengumpulan zakat di Indonesia belum optimal. Pengumpulan zakat belum optimal pada seluruh zakat yang dikumpulkan baik pada zakat maal perseorangan, zakat maal badan, maupun zakat fitrah. Dengan potensi yang begitu besar perlu dibuatkan strategi pengumpulan zakat, agar pada prosesnya pengumpulan zakat akan optimal. Terdapatnya kenaikan dan penurunan dalam tabel di atas pada setiap jenis zakat tersebut disebabkan karena beberapa faktor, membuat akuntabilitas dan kredibilitas BAZNAS Provinsi Banten selaku badan yang mengumpulkan dan mengelola masih banyak dipertanyakan oleh muzakki.

**Gambar 1.1**  
**Diagram pertumbuhan pengumpulan zakat Provinsi Banten**  
**tahun 2015-2019**



Sumber: Laporan perubahan dana BAZNAS Provinsi Banten tahun 2015-2019

Meskipun demikian, bila melihat pertumbuhan rata-rata pengumpulan zakat lima tahunan terakhir sesuai gambar 1.1 berada di angka 71,7%. hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat Indonesia sudah mulai akrab dan sadar dengan kewajiban berzakat<sup>8</sup>. Pertumbuhan pengumpulan zakat pada tahun 2015 berada pada angka 23,7%, setelah itu pertumbuhan zakat berada diangka 30,37% pada tahun 2016, selanjutnya tahun 2017 mengalami kenaikan sebesar 59%, pertumbuhan pada tahun 2018 juga mengalami kenaikan sebesar 71,76%, dan yang terakhir tahun 2019 mengalami kenaikan yang signifikan sebesar 173,9%.

<sup>8</sup> Achmad Setio Adinugroho et al., *Statistik Zakat Nasional 2019* (Jakarta: BAZNAS, 2020).

Provinsi Banten dengan semboyan “Iman Taqwa” dikenal dengan kultur masyarakat yang agamis. Lebih dari 90% dari jumlah keseluruhan penduduk di Provinsi Banten adalah penduduk beragama Islam. Berdasarkan jumlah yang mendominasi tersebut, maka secara eksplisit dapat dinyatakan bahwa potensi zakat di Provinsi Banten sangat besar. Potensi Zakat di Provinsi Banten pada tahun 2021 dilaporkan mencapai angka 5 triliun rupiah, sementara aktualisasi pengumpulan zakat baru mencapai 120,3 miliar rupiah (0.24%). Besarnya gap antara dana yang berhasil dikumpulkan dengan potensi zakat diduga berkaitan dengan masalah mobilisasi zakat yakni trauma psikologis yang diterima muzakki karena maraknya kasus zakat yang tidak disalurkan kepada yang membutuhkan, belum adanya langkah besar yang konkrit dalam mengaitkan pengumpulan dana zakat dengan pemecahan kemiskinan baik pada tingkat regional maupun nasional, serta belum adanya sinergi antara gerakan zakat dengan program yang dicanangkan oleh pemerintah<sup>9</sup>.

Penghimpunan dana zakat di Lembaga Zakat dapat dilakukan dengan optimal salah satunya dengan cara mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi masyarakat dalam memilih Lembaga Zakat. Kesiediaan masyarakat dalam membayar zakat tentu berpengaruh terhadap besar dana zakat yang berhasil dikumpulkan. Terbatasnya dana zakat yang berhasil

---

<sup>9</sup> Didin S Damanhuri, *Ekonomi Politik Dan Pembangunan: Teori, Kritik, Dan Solusi Bagi Indonesia Dan Negara Sedang Berkembang* (Bogor: IPB Press, 2010).



dikumpulkan memiliki kaitan dengan kesediaan masyarakat membayar zakat di Lembaga Zakat. Selain itu, perlu diketahui pula persepsi masyarakat terhadap kinerja Lembaga Zakat sehingga Lembaga Zakat dapat mengoptimalkan fungsinya. Sebagaimana yang tertuang dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011, Lembaga Zakat didirikan dengan tujuan untuk mengelola dana zakat agar dapat mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan menanggulangi kemiskinan. Dengan mengetahui berbagai faktor yang memengaruhi masyarakat dalam memilih Lembaga Zakat, dapat dikaji dan diumuskan strategi optimalisasi pengumpulan zakat yang sesuai. Strategi pengumpulan dana merupakan hal yang penting karena dapat mendorong peningkatan jumlah dana yang diperoleh dan menentukan pelaksanaan program-program pemberdayaan yang diusung. Strategi pengumpulan dana pada organisasi pengelola zakat dapat dilakukan dengan beberapa cara baik secara langsung (*direct fundraising*), seperti jemput zakat, pemasangan spanduk (*banner*), menyebarkan kotak infak dan sedekah, serta kemitraan maupun tidak langsung (*indirect fundraising*) seperti melalui *website*, media sosial, *campaign*, hingga transfer melalui bank dan pembayaran melalui *QR code*<sup>10</sup>. Perumusan strategi pengumpulan zakat perlu mempertimbangkan variabel

---

<sup>10</sup> Amalia Miftahul Jannah, "Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Perolehan Dana Zakat, Infaq, Dan Shadaqag Pada Lembaga Amil Zakat Daarut Tauhid Jambi" (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin, 2021).

lain dengan objek yang lebih luas, tidak hanya terpaku pada faktor internal dan eksternal organisasi saja<sup>11</sup>.

Beberapa temuan di atas ialah hasil dari penelitian yang menjadikan gap terhadap keputusan muzakki yang berdomisili di Provinsi Banten. Peneliti selanjutnya akan membuat bahan acuan bagi penelitian ini dengan menggunakan faktor pengetahuan, faktor sosial, faktor kepercayaan, citra Lembaga Zakat, serta promosi Lembaga Zakat sebagai variabel yang akan diteliti guna mengetahui apakah terdapat pengaruh dari kelima faktor tersebut terhadap keputusan muzakki dalam membayar zakat di Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Banten. Atas dasar tersebut penulis bermaksud membuat penelitian dengan judul ***“Pengaruh Faktor Pengetahuan, Sosial, Kepercayaan, Citra Lembaga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Muzakki Dalam Membayar Zakat (Studi Kasus pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Banten)”***.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, salah satu permasalahan pengelolaan zakat di Indonesia adalah belum optimalnya pengumpulan zakat. Permasalahan ini menimpa seluruh Provinsi di Indonesia, tidak terkecuali Provinsi Banten. Hal ini dapat dilihat dari besar dana zakat yang berhasil dikumpulkan terhadap potensi zakat yang dapat dikumpulkan setiap

---

<sup>11</sup> Ita Aulia Coryna and Hendri Tanjung, “Formulasi Strategi Penghimpunan Zakat Oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS),” *Jurnal Al-MUzara’ah* 3, no. 2 (2011): 158–179.

tahunnya. Kesenjangan yang sangat besar antara potensi zakat dan dana zakat yang terkumpul menandakan bahwa masih banyak individu yang belum termotivasi untuk membayar zakat. Penyebab lain dari sedikitnya dana zakat yang terkumpul adalah ketidakpercayaan masyarakat terhadap lembaga pengelola zakat<sup>12</sup>. Padahal keberadaan Lembaga Zakat sangat berpengaruh dalam upaya pengoptimalan potensi zakat karena Lembaga Zakat yang dapat dipercaya merupakan faktor utama bagi muzaki dalam memilih menyalurkan dana zakatnya melalui lembaga atau tidak<sup>13</sup>.

### **C. Batasan Masalah**

Terdapat setidaknya tiga faktor yang secara umum memengaruhi perilaku individu yakni faktor pribadi, faktor sosial, dan faktor budaya. Faktor pribadi berkaitan dengan preferensi atau selera yang dibentuk oleh usia, gender, serta siklus hidupnya. Oleh karena itu, perilaku individu tidak dapat dilepaskan dari karakteristik sebagai pribadi (seorang manusia). Faktor sosial berkaitan dengan kelompok acuan, baik yang berada di dalam lingkungan maupun di luar lingkungan kelompok sosial. Kelompok acuan dapat berupa keluarga, sahabat, teman, dan kelompok sosial lainnya yang dijadikan referensi dalam menjalani perilaku dan gaya hidup. Faktor budaya dengan sub-budaya yang mencakup kebangsaan, agama, kelompok ras, dan

---

<sup>12</sup> Mawardi, "Strategi Efektifitas Peran Lembaga Zakat Di Indonesia," *Jurnal Hukum Islam* 30, no. 2 (2005): 172–186.

<sup>13</sup> Gamsir Bachmid et al., "Perilaku Muzakki Dalam Membayar Zakat Mal (Studi Fenomenologi Pengalaman Muzakki Di Kota Kendari)," *Jurnal Aplikasi Manajemen* 10, no. 2 (2012). h. 427.

wilayah geografis menjadi penentu keinginan dan perilaku dasar dalam bermasyarakat<sup>14</sup>.

Penelitian ini menggunakan beberapa variabel independen yaitu faktor pengetahuan (X1), faktor sosial (X2), faktor kepercayaan (X3), citra Lembaga Zakat (X4), serta promosi Lembaga Zakat (X5). Sebagaimana di atas terdapat berbagai faktor yang memengaruhi keputusan seseorang dalam memilih atau memutuskan sesuatu yang berdampak pada perilakunya. Faktor yang pertama yang memengaruhi keputusan individu yakni faktor pengetahuan. Pengetahuan dapat didefinisikan sebagai kumpulan informasi yang dimiliki oleh seseorang atau sekelompok orang tentang sesuatu<sup>15</sup>. Pengetahuan dalam penelitian ini berkaitan dengan pengetahuan tentang zakat dan Lembaga Zakat terkait.

Faktor lain yang diperkirakan juga memengaruhi keputusan individu yakni faktor sosial. Faktor-faktor sosial seperti keluarga, sahabat, kelompok kecil, peran dan status sosial turut memengaruhi perilaku seseorang<sup>16</sup>. Adapun hal yang dimaksud sebagai faktor sosial dalam penelitian ini adalah

---

<sup>14</sup> Aulia, "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Membayar Zakat Maal Pengunjung Mall Di Kota Malang."

<sup>15</sup> Endria Wartiani, "Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Muzakki Aparatur Sipil Negara (ASN) Dalam Membayar Zakat Profesi Di BAZNAS Kabupaten Malang" ((Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya), 2020). h. 4.

<sup>16</sup> Schiffman and Kanuk, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2004).

pengaruh berbagai kelompok sosial ini terhadap keputusan responden dalam membayar zakat di BAZNAS Provinsi Banten.

Faktor kepercayaan juga diyakini memiliki keterkaitan dengan pengambilan keputusan. Kepercayaan merupakan keyakinan bahwa tindakan orang lain atau suatu kelompok konsisten dengan kepercayaan mereka<sup>17</sup>. Kepercayaan terhadap BAZNAS didefinisikan sebagai kemauan muzakki untuk mengandalkan BAZNAS dalam menyalurkan zakatnya kepada mustahik karena muzakki yakin lembaga tersebut bersifat profesional, amanah, dan transparan dalam mengelola dana zakat.

Faktor keempat yang dijadikan variabel pada penelitian ini adalah citra lembaga. Citra perusahaan adalah persepsi yang berkembang dalam benak publik mengenai realita (yang terlihat) dari perusahaan itu<sup>18</sup>. Adapun maksud dari citra lembaga dalam penelitian adalah persepsi yang berkembang dalam benak publik mengenai realita BAZNAS sebagai Lembaga Zakat nasional.

Selain citra lembaga, promosi juga turut dijadikan sebagai variabel penelitian ini. Promosi dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang digunakan untuk menginformasikan kepada khalayak mengenai produk-

---

<sup>17</sup> Eka Satrio and Dodik Siswantoro, "Analisis Faktor Pendapatan, Kepercayaan Dan Religiusitas Dalam Memengaruhi Minat Muzakki Untuk Membayar Zakat Penghasilan Melalui Lembaga Amil Zakat," *Simposium Nasional Akuntansi XIX* 1, no. 4 (2016), h. 4.

<sup>18</sup> Firsan Nova, *CRISIS Publik Relations: Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, Dan Reputasi Perusahaan*, (Jakarta: Rajawali Press, 2011).

produk dan meyakinkan individu untuk memilih suatu produk atau perusahaan<sup>19</sup>. Adapun maksud promosi dalam penelitian ini adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menginformasikan, memengaruhi dan mengingatkan atas pelayanan zakat yang ditawarkan oleh BAZNAS Provinsi Banten.

Hubungan kelima variabel penelitian tersebut terhadap keputusan muzakki membayar zakat akan menjadi acuan dalam perumusan strategi optimalisasi pengumpulan zakat di BAZNAS Provinsi Banten. Pengumpulan (*fundraising*) pada organisasi pengelola zakat dapat diartikan sebagai upaya atau proses dalam rangka mengimpun dana baik berupa zakat, infak, dan/atau sedekah serta sumber daya lainnya dari masyarakat (muzakki) untuk kemudian disalurkan kepada yang berhak menerimanya (mustahik)<sup>20</sup>. Terdapat empat tahapan yang perlu diperhatikan dalam menyusun strategi pengumpulan zakat yaitu menentukan segmen dan target muzakki, penyiapan sumber daya, membangun sistem komunikasi, dan menyusun serta melakukan pelayanan<sup>21</sup>.

Strategi pengumpulan zakat yang dimaksud dalam penelitian ini berkaitan dengan rencana sebuah proses memengaruhi masyarakat agar bersedia memberikan sebagian hartanya dalam bentuk zakat kepada

---

<sup>19</sup> David W. Crayens, *Pemasaran Strategi*, Empat. (Jakarta: Erlangga, 1998).

<sup>20</sup> Umrotul Khasanah, *Manajemen Zakat Modern Instrumen Pemberdayaan Ekonomi Umat* (Malang: UIN Maliki Press, 2010).

<sup>21</sup> Sofjan Assuari, *Manajemen Fundraising* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014).

BAZNAS untuk disalurkan kepada masyarakat yang membutuhkan<sup>22</sup>. Strategi pengumpulan zakat yang baik mampu mengakomodir beberapa tujuan dari *fundraising* zakat yakni mengimpun zakat, menghimpun muzakki, menghimpun pendukung (*volunteer*), meningkatkan atau membangun citra lembaga, dan memuaskan muzakki<sup>23</sup>.

#### **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini meliputi

1. Bagaimana pengaruh faktor pengetahuan terhadap keputusan muzakki dalam membayar zakat di BAZNAS Provinsi Banten?
2. Bagaimana pengaruh faktor sosial terhadap keputusan muzakki dalam membayar zakat di BAZNAS Provinsi Banten?
3. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap keputusan muzakki dalam membayar zakat di BAZNAS Provinsi Banten?
4. Bagaimana pengaruh citra lembaga terhadap keputusan muzakki dalam membayar zakat di BAZNAS Provinsi Banten?
5. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan muzakki dalam membayar zakat di BAZNAS Provinsi Banten?

---

<sup>22</sup> Fuji Indah Sari, "Strategi Pengumpulan Zakat Pada BAZNAS Kabupaten Tanah Datar Di Tengah Pandemi Covid-19" (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Instiut Agama Islam Negeri Batusangkar, 2021).

<sup>23</sup> Ahmad Furqon, *Manajemen Zakat* (Semarang: Walisongo Press, 2015).

6. Bagaimana pengaruh faktor pengetahuan, sosial, kepercayaan, citra Lembaga, dan promosi terhadap keputusan muzakki dalam membayar zakat di BAZNAS Provinsi Banten?

### **E. Tujuan penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah

1. Menguji dan mendeskripsikan pengaruh pengetahuan mengenai zakat dan Lembaga Zakat terhadap keputusan muzakki dalam membayar zakat di BAZNAS Provinsi Banten
2. Menguji dan mendeskripsikan pengaruh faktor sosial terhadap keputusan muzakki dalam membayar zakat di BAZNAS Provinsi Banten
3. Menguji dan mendeskripsikan pengaruh kepercayaan terhadap keputusan muzakki dalam membayar zakat di BAZNAS Provinsi Banten
4. Menguji dan mendeskripsikan pengaruh citra lembaga terhadap keputusan muzakki dalam membayar zakat di BAZNAS Provinsi Banten
5. Menguji dan mendeskripsikan pengaruh promosi yang dilakukan Lembaga Zakat terhadap keputusan muzakki dalam membayar zakat di BAZNAS Provinsi Banten



6. Menguji dan mendeskripsikan pengaruh faktor pengetahuan, sosial, kepercayaan, citra Lembaga, dan promosi terhadap keputusan muzakki dalam membayar zakat di BAZNAS Provinsi Banten

## **F. Manfaat Penelitian**

Merujuk pada tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut:

### **1. Bagi Akademisi**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan khazanah ilmu untuk pembaca mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan muzakki dalam membayar zakat di BAZNAS Provinsi Banten. Diharapkan dengan adanya penelitian mengenai zakat dalam bentuk skripsi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa informasi, wawasan, dan pengetahuan di bidang ekonomi Islam khususnya di bidang zakat. Serta dapat juga menjadi bahan kajian/pemikiran lebih lanjut bagi pihak yang terlibat di dalamnya sehingga pemangku kebijakan dapat memaksimalkan potensi zakat guna menciptakan perekonomian Indonesia yang lebih baik.

### **2. Bagi Lembaga Zakat**

Dengan mengetahui faktor yang dapat memengaruhi keputusan muzakki dalam membayar zakat di Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Banten, diharapkan dapat memberikan informasi

kepada muzakki selaku konsumen dalam membuat suatu keputusan serta juga pihak Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) juga dapat mempersiapkan segala ketentuan serta fasilitas yang sesuai dengan keinginan muzakki.

### 3. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan bisa menambah pengalaman dan wawasan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan muzakki dalam membayar zakat. Serta dapat menjadi acuan bagi penulis untuk mengaplikasikan hasil dari penelitian dengan konsep yang tertuang dalam penelitian.

## G. Penelitian Terdahulu yang Relevan

**Tabel 1.1**  
**Perbandingan Hasil Kajian Penelitian Terdahulu**

| No | Judul  | Variabel  | Persamaan  | Perbedaan  |
|----|--|---|--|--|
| 1  | Fuji Indah Sari (2021), <i>Strategi Pengumpulan Zakat pada BAZNAS Kabupaten Tanah Datar di Tengah Pandemi Covid-19</i> | X Startegi Pengumpulan Zakat<br>Y BAZNAS Kabupaten Tanah Datar di Tengah Pandemi Covid-19 | Penelitian ini menganalisis tentang strategi pengumpulan zakat di BAZNAS meliputi ruang lingkup manajemen, strategi pengumpulan zakat, dan kendala | Penelitian ini tidak melakukan analisis terhadap aspek muzakki. Data dan informasi yang diolah dalam penelitian ini menekankan pada hasil wawancara dengan pihak |

|   |   |  |   |   |
|---|---|--|---|---|
|   | <i>Pandemi Covid-19</i>   |  | pengumpulan zakat.  | BAZNAS.   |
| 2 | Abdul Mu'iz Ihsan (2020), <i>Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Muzaki dalam Membayar Zakat di LAZNAS Yatim Mandiri Ponorogo</i> | X1 Religiusitas<br>X2 Kualitas pelayanan<br>X3 citra lembaga<br>X4 Pendapatan<br>Y Keputusan muzakki | Penelitian ini menganalisis tentang berbagai faktor yang memengaruhi keputusan muzakki dalam membayar zakat di Lembaga Zakat. | Terdapat 8 variabel dari penelitian yang dilakukan di LAZNAS Yatim Mandiri Ponorogo yang diuji yakni religiusitas, faktor citra lembaga, kualitas pelayanan, faktor pendapatan, faktor peribadatan, faktor kehandalan dan daya tanggap, faktor pekerjaan atau jabatan, dan faktor empati. |
| 3 | Endria Wartiani (2020), <i>Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Muzakki Aparatur</i>   | X1 Pengetahuan<br>X2 Pribadi<br>X3 Kepercayaan<br>Y Keputusan Muzakki                                | Penelitian ini menganalisis tentang berbagai faktor yang memengaruhi keputusan muzakki dalam membayar zakat di BAZNAS.        | Subjek penelitian ini dibatasi pada Aparatur Sipil Negara (ASN) dengan 3 variabel penelitian yakni pengetahuan mengenai zakat profesi, faktor sosial, dan kepercayaan   |

|   |   |   |  |  |
|---|---|---|--|--|
|   | <i>Sipil Negara (ASN) dalam Membayar Zakat Profesi di BAZNAS Kabupaten Malang</i>   |   |  | terhadap BAZNAS Kabupaten Malang. Zakat yang dimaksud pada penelitian ini juga dibatasi pada zakat profesi.  |
| 4 | Intan Suri Mahardika Pertiwi dan Ruslan Abdul Ghofur (2020), <i>Optimalisasi Potensi Zakat: Faktor yang Memengaruhi Muzzaki Membayar Zakat di Baznas Lampung Tengah</i> | X1 Internal<br>X2 Eksternal<br>Y Optimalisasi potensi zakat | Penelitian ini menganalisis tentang berbagai faktor yang memengaruhi keputusan muzakki dalam membayar zakat di BAZNAS. | Penelitian yang dilakukan di Lampung Tengah ini menggunakan variabel bebas berupa akuntabilitas dan transparansi sementara variabel terikatnya adalah kepercayaan. |
| 5 | Eka Satrio dan Dodik Siswantoro (2016),   | X1 Pendapatan<br>X2 Kepercayaan<br>X3 Religiusitas          | Penelitian ini menganalisis tentang berbagai faktor yang   | Penelitian ini menggunakan tiga variabel penelitian yaitu religiusitas,  |

|   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|
|   | <i>Analisis Faktor Pendapatan, Kepercayaan dan Religiusitas dalam Memengaruhi Minat Muzakki untuk Membayar Zakat Penghasilan Melalui Lembaga Amil Zakat</i> | Y Minat muzakii untuk membayar zakat                          | memengaruhi minat muzakki dalam membayar zakat di lembaga amil zakat.   | pendapatan, dan faktor layanan. Selain itu, zakat dalam penelitian ini dibatasi pada zakat penghasilan. |
| 6 | Arif Nurwanto (2015), <i>Pengaruh Citra Lembaga dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di</i>   | X1 citra lembaga<br>X2 Promosi<br>Y Keputusan menjadi nasabah | Penelitian ini menganalisis pengaruh citra lembaga dan promosi terhadap keputusan individu memilih perusahaan/pelayanan tertentu. | Penelitian ini mengambil Bank BPD DIY Syariah sebagai objek penelitiannya.                              |

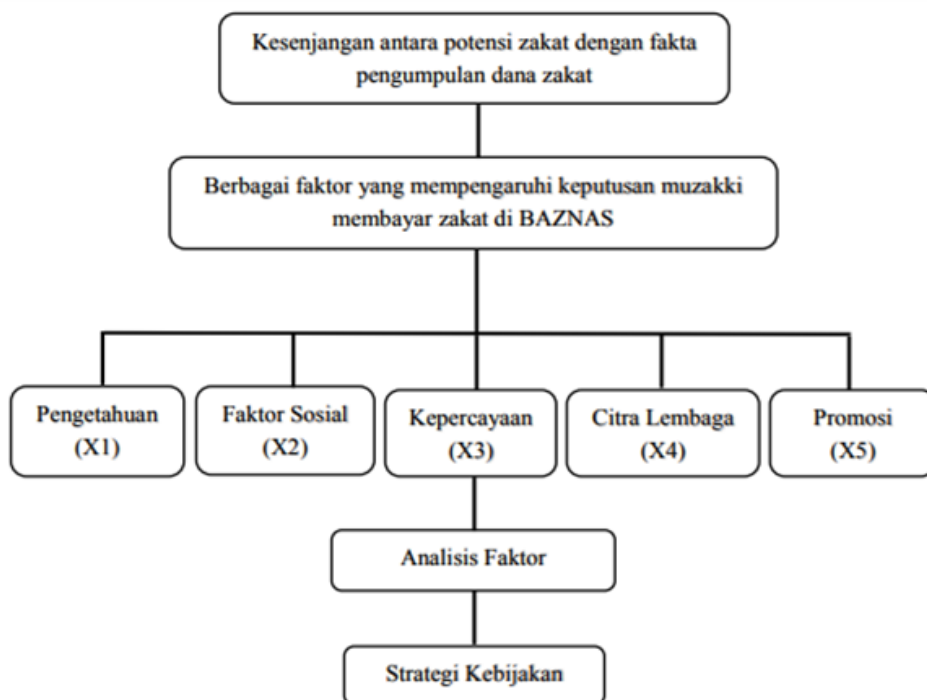
|  |                                 |  |  |  |
|--|---------------------------------|--|--|--|
|  | <i>Bank BPD<br/>DIY Syariah</i> |  |  |  |
|--|---------------------------------|--|--|--|

Sumber: data diolah, 2021

## H. Kerangka Pemikiran

Salah satu instrumen yang memiliki fungsi berkaitan dengan transfer kekayaan atau distribusi pendapatan adalah zakat. Tujuan dari diberlakukannya pembayaran zakat adalah untuk mengentaskan kemiskinan dengan cara saling tolong menolong dengan berbagi materi yang dimiliki. Berdasarkan data yang sudah terkumpul begitu besarnya kesenjangan antara potensi orang membayar zakat dengan fakta pengumpulan zakat saat ini dilakukan oleh BAZNAS. Hal demikian menjadi hal yang perlu untuk diteliti agar pengumpulan zakat oleh Lembaga Zakat dapat dioptimalkan dengan berbagai strategi yang dibuat oleh badan amil zakat maupun lembaga lainnya yang sudah bekerja sama dengan Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Banten.

**Gambar 1.2 Kerangka pemikiran**



Berdasarkan kerangka pemikiran di atas terdapat 5 (lima) variabel bebas yang memengaruhi muzakki dalam membayar zakat. Kelima variabel tersebut diantaranya faktor pengetahuan (X1), faktor sosial (X2), faktor kepercayaan (X3), faktor citra Lembaga (X4), dan faktor promosi (X5). Sementara variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan muzakki dalam membayar zakat. Variabel bebas merupakan variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan variabel terikat. Berdasarkan hal tersebut maka penelitian ini akan menjelaskan pengaruh faktor pengetahuan, sosial, kepercayaan, citra lembaga, dan promosi terhadap

keputusan muzakki dalam membayar zakat di BAZNAS. Selain menjelaskan pengaruh antar variabel bebas dan terikat, penelitian ini juga akan memetakan kekuatan variabel bebas terhadap variabel terikat yang akan dinyatakan menjadi faktor dominan. Hasil pemetaan tersebut akan menjadi landasan dalam perumusan kebijakan pengumpulan zakat yang tepat di Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Banten.

## **I. Sistematika Pembahasan**

Sistematika penulisan adalah gambaran alur penulisan tulisan ilmiah dari awal hingga akhir. Sistematika penulisan dalam penelitian ini sebagai berikut

- BAB I** : Pendahuluan, mengulas tentang latar belakang penelitian, indentifikasi masalah, batasan masalah, dan perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran, dan sistematika penulisan.
- BAB II** : Kajian Teoritis, berisikan paparan teori secara sistematis, ulasan mengenai hubungan atau keterkaitan antara variabel penelitian, dan hipotesis penelitian yang dirumuskan dalam kalimat pernyataan.
- BAB III** : Metode Penelitian, menguraikan rincian waktu dan lokasi penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel penelitian,



jenis metode penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

**BAB IV** : Pembahasan Hasil Penelitian, menguraikan hasil penelitian berupa temuan-temuan dari penelitian yang telah dilakukan dengan disertai pembahasan yang analitis dan terpadu.

**BAB V** : Kesimpulan dan Saran, berisikan jawaban ringkas terhadap rumusan masalah sehingga bersifat konsisten dan saran berdasarkan hasil penelitian yang ditujukan kepada pemangku kepentingan, pengguna hasil penelitian, atau kepada peneliti selanjutnya.