

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Zakat merupakan hal penting bagi sumber dana tetap dan potensial berbasis sosial yang dimanfaatkan untuk memajukan kesejahteraan umum bagi seluruh masyarakat.<sup>1</sup> Dimana, zakat memiliki kaitan erat dengan masalah bidang sosial dan ekonomi. Di bidang sosial, zakat berfungsi sebagai penghapus kemiskinan dari masyarakat dengan menyadarkan golongan kaya akan tanggung jawab sosial yang mereka miliki. Sedangkan dalam bidang ekonomi, zakat berfungsi mencegah penumpukan kekayaan dalam tangan seseorang.

Zakat termasuk ibadah *maaliyyah ijtima'iyah* (ibadah yang berkaitan dengan ekonomi keuangan kemasyarakatan)<sup>2</sup> yang memiliki posisi sangat penting, strategis, dan menentukan baik dari sisi ajaran islam maupun sisi pembangunan kesejahteraan umat. Zakat harus ditunaikan karena didalam harta yang kita peroleh terdapat hak orang lain. Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Adz-Dzaariyaat: 19 yang berbunyi:<sup>3</sup>

وَيٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَهُمْ حَقُّ الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا وَلِلسَّآئِلِ وَالْمَحْرُوْمِ

---

<sup>1</sup> Elsa Kartika Sari, *Pengantar Hukum Zakat dan Wakaf*, (Jakarta: PT.Grasindo, 2006), hlm.1

<sup>2</sup> Widi Nopiardo, “Zakat sebagai Ibadah Maliyah Ijtima'iyah dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam”, JURIS Volume 14, Nomor 2, Juli-Desember 2015, <https://media.neliti.com>, diakses pada tanggal 2 April 2021 Pukul 13.29 WIB

<sup>3</sup> Quran Kemenag, *Az-Zariyat*, <https://quran.kemenag.go.id/sura/51>

Artinya: *“Pada harta benda mereka ada hak bagi orang miskin yang meminta dan yang tidak meminta.”* Berdasarkan ayat Al-Qur’an di atas maka dalam setiap penghasilan maupun harta yang berhasil diperoleh di dalamnya ada hak orang lain dan berkewajiban bagi setiap manusia yang menguasainya untuk mengeluarkan zakat. Zakat bukanlah derma atau sedekah, melainkan perintah Allah yang harus dilaksanakan. Mengeluarkan zakat merupakan kewajiban bagi setiap muslim yang mampu dan telah memenuhi syarat dengan ketentuan syari’at Islam.

Perkembangan zakat di Indonesia telah mengalami kemajuan yang begitu pesat, mulai dari pengelolaan zakat secara konvensional yang dilakukan dari tangan ke tangan (diberikan langsung)<sup>4</sup>, hingga berkembang dengan terbangunnya relasi antar struktur masyarakat muslim yaitu muzakki, mustahik dan Amil (pemerintah) serta masyarakat luas.

Pemaksimalan pengelolaan zakat dilakukan pemerintah dengan membentuk badan pengelola dana zakat, yaitu Badan Amil Zakat (BAZ) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ). Dimana, BAZ merupakan lembaga pengumpul dan pendayagunaan dana zakat yang dibentuk oleh pemerintah dari tingkat pusat sampai tingkat daerah, dan LAZ merupakan organisasi pengelolaan zakat yang dibentuk atas swadaya masyarakat.<sup>5</sup>

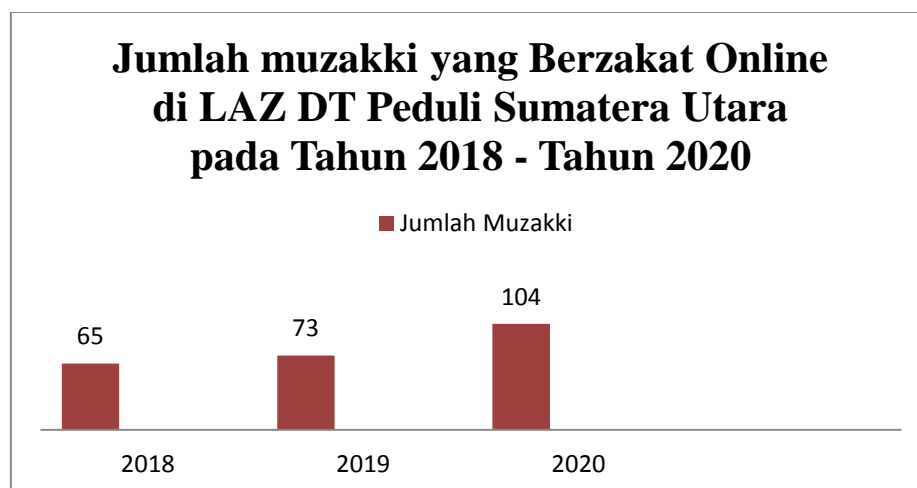
---

<sup>4</sup> Sri Wahyuni, *“Peranan LAZ Sebagai Pengelola Zakat Dalam Pendayagunaan Zakat Produktif (Studi Kasus Rumah Zakat Medan)”*, AT-TAFAHUM: Journal of Islamic Law, Vol.1, No.2, Juli-Desember 2017, <http://jurnal.uinsu.ac.id>, diakses pada tanggal 3 April 2021 Pukul 14.22 WIB

<sup>5</sup> Zakaria Batubara, *“Teknik Akuntansi Zakat Pada Badan Amil Zakat (BAZ) Dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) Di Indonesia”*, Jurnal Akuntansi Syariah, 2017, <https://www.neliti.com>, diakses pada tanggal 13 April 2021 Pukul 14.01 WIB

Dalam hal ini, LAZ sangat berkaitan dengan pengelolaan zakat yang bergerak di bidang dakwah, pendidikan, sosial dan kemaslahatan umat. Salah satu LAZ yang terdapat di Sumatera Utara ialah LAZ DT Peduli. LAZ DT Peduli Sumatera Utara merupakan lembaga pengelolaan dana zakat yang memiliki banyak program, diantaranya ialah zakat, infaq, sedekah, wakaf, tangguh amal<sup>6</sup> dan beberapa program lainnya. Dimana, program unggulannya saat ini ialah zakat online.

Zakat online merupakan sebuah inovasi yang dikeluarkan oleh LAZ DT Peduli Sumatera Utara terhadap pembayaran zakat yang dapat memudahkan *muzakki* dalam membayar zakat, terlebih di situasi pandemi covid-19 ini. Berikut merupakan jumlah muzakki yang memilih berzakat online di LAZ DT Peduli Sumatera Utara pada tahun 2018 s/d tahun 2020:



Sumber: Kantor LAZ DT Peduli Sumatera Utara, Komp. Abadi Palace, Sunggal

**Gambar 1.1 Jumlah muzakki LAZ DT Peduli Sumatera Utara  
Yang Berzakat Online pada Tahun 2018 – Tahun 2020**

<sup>6</sup> “Profil Lembaga DT Peduli”, <https://www.dtpeduli.org/profil-lembaga>, diakses pada tanggal 3 April 2021 Pukul 14.51 WIB

Berdasarkan data diagram zakat online di atas, terlihat bahwa pada tahun 2018 jumlah muzakki sebanyak 65 muzakki. Kemudian pada tahun 2019 jumlah muzakki mengalami kenaikan dari 65 muzakki menjadi 73 muzakki. Pada 2020, jumlah muzakki meningkat yaitu dari 73 muzakki menjadi 104 muzakki. Sehingga, jumlah muzakki terbanyak terdapat pada tahun 2020 yaitu sebanyak 104 muzakki yang berzakat online.

Zakat online menjadi program unggulan LAZ DT Peduli Sumatera Utara. Dimana menurut Andi Hidayat dan Mukhlisin, perkembangan jumlah muzakki yang berzakat online tidak terlepas dari beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan muzakki dalam memilih zakat online, yaitu promosi, kemudahan dan kepercayaan.<sup>7</sup>

Promosi adalah suatu cara untuk menginformasikan, membujuk serta meningkatkan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung tentang suatu produk ataupun brand yang dijual.<sup>8</sup> Dimana, ketika akan memilih produk ataupun program layanan, masyarakat biasanya mengkonfirmasi terlebih dahulu melalui promosi yang diberikan ataupun promosi yang mereka terima (misalnya melalui brosur, iklan, atau website) untuk mengetahui apakah produk atau program layanan yang dipilihnya benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

---

<sup>7</sup> Elsi Kartika Sari, *Pengantar Hukum Zakat dan Wakaf*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2006), hlm. 22

<sup>8</sup> Imamul Arifin, *Membuka Cakrawala Ekonomi*, (Bandung: PT. Setia Purna Inves, 2007), hlm. 74

Kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.<sup>9</sup> Masyarakat cenderung enggan memilih program layanan yang menyita banyak waktu dengan mekanisme yang rumit, salah satunya dalam membayar zakat. Sehingga, banyak masyarakat beralih pada program yang lebih instan yaitu dengan mekanisme online yang memudahkan mereka dalam melakukan pembayaran.

Kepercayaan merupakan kesediaan perusahaan untuk melayani kebutuhan yang diharapkan pelanggan.<sup>10</sup> Kepercayaan muncul melalui proses dari beberapa persepsi yang berulang dengan adanya pembelajaran dan pengalaman, sehingga dengan adanya rasa kepercayaan maka adanya kemauan suatu pihak untuk mengandalkan pihak yang lain.

Berdasarkan pada uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Muzakki Dalam Memilih Program Zakat Online Pada LAZ DT Peduli Sumatera Utara”**, yaitu menyelidiki suatu peristiwa yang menyebabkan terjadinya penentuan dengan melihat faktor promosi, kemudahan dan kepercayaan dalam menjatuhkan sebuah pilihan untuk berzakat online dengan penentuan keputusan muzakki untuk memilih program zakat online khususnya muzakki pada LAZ DT Peduli Sumatera Utara tahun 2021.

---

<sup>9</sup> Widia Permana,dkk, *Layanan Perpustakaan Via Mobile Data*, (Malang, UB Press: 2012), hlm. 121

<sup>10</sup> Djaslim Saladin, *Unsur-Unsur Inti Pemasaran Dan Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Mandar Maju: 1991), hlm. 66

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dalam penelitian ini peneliti merumuskan masalah sebagai fokus utama penelitian sebagai berikut:

1. Apakah promosi, kemudahan, dan kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan muzakki dalam berzakat online pada LAZ DT Peduli Sumatera Utara?
2. Apakah promosi, kemudahan, dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan muzakki dalam berzakat online pada LAZ DT Peduli Sumatera Utara?
3. Bagaimana elastisitas pengaruh promosi, kemudahan, dan kepercayaan terhadap keputusan muzakki dalam berzakat online pada LAZ DT Peduli Sumatera Utara?

## C. Batasan Masalah

Untuk menghindari kesalahan dan menghindari pendapat maka peneliti akan memberi pembatasan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Promosi adalah usaha perusahaan untuk mempengaruhi calon pembeli dengan merayu (*persuasive communicational*), melalui pemakaian segala unsur acuan pemasaran.<sup>11</sup>
2. Kemudahan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup>Imamul Arifin, *Membuka Cakrawala Ekonomi*, (Bandung: PT. Setia Purna Inves, 2007), hlm. 74

<sup>12</sup>Widia Permana,dkk, *Layanan Perpustakaan Via Mobile Data*, (Malang, UB Press: 2012), hlm. 121

3. Kepercayaan adalah sebuah harapan yang dipegang oleh seorang individu atau sebuah kelompok ketika perkataan, janji, pernyataan lisan atau tulisan dari seorang individu atau kelompok lainnya dapat diwujudkan.<sup>13</sup>
4. Keputusan Muzakki adalah sesuatu yang terkait dengan ketetapan atau penentuan suatu pilihan yang diinginkan orang yang berkewajiban mengeluarkan zakat.
5. Pada penelitian ini menggunakan data muzakki yang berzakat online selama 3 tahun mulai dari tahun 2018 – tahun 2020.
6. Penelitian ini menggunakan data tiga tahun untuk variabel *dependent* dan *independent* dengan fokus penelitian pada muzakki yang berzakat online di tahun 2021.

#### **D. Definisi Operasional Variabel**

Defenisi operasional variabel yaitu suatu usaha yang dilakukan dengan meneliti sejauh mana variabel suatu faktor berhubungan dengan faktor lain :

##### **1. Variabel Dependen**

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria dan konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel terikat yang merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel biasanya hanya disimbolkan dengan variabel “Y”. Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Muzakki (Y)

---

<sup>13</sup>Djaslim Saladin, *Unsur-Unsur Inti Pemasaran Dan Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Mandar Maju: 1991), hlm. 65

yaitu sesuatu yang terkait dengan ketetapan atau penentuan suatu pilihan yang diinginkan orang yang berkewajiban mengeluarkan zakat.

## 2. Variabel Independen

Variabel Independen sering disebut sebagai variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Variabel ini biasanya disimbolkan dengan variabel "X", adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah :

- a. Promosi ( $X_1$ ) adalah usaha perusahaan untuk mempengaruhi calon pembeli dengan merayu (*persuasive communicational*), melalui pemakaian segala unsur acuan pemasaran.
- b. Kemudahan ( $X_2$ ) yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.
- c. Kepercayaan ( $X_3$ ) adalah sebuah harapan yang dipegang oleh seorang individu atau sebuah kelompok ketika perkataan, janji, pernyataan lisan atau tulisan dari seorang individu atau kelompok lainnya dapat diwujudkan.

## E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan permasalahan yang akan dicapai dari perumusan masalah ialah:

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi, kemudahan, dan kepercayaan secara parsial terhadap keputusan muzakki dalam berzakat online pada LAZ DT Peduli Sumatera Utara.

2. Untuk mengetahui pengaruh promosi, kemudahan, dan kepercayaan secara simultan terhadap keputusan muzakki dalam berzakat online pada LAZ DT Peduli Sumatera Utara.
3. Untuk mengetahui elastisitas pengaruh promosi, kemudahan, dan kepercayaan terhadap keputusan muzakki dalam berzakat online pada LAZ DT Peduli Sumatera Utara.

#### **F. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Peneliti
  - a. Sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Strata-1 (S1)
  - b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengalaman seputar zakat online serta dapat mengembangkan ilmu yang telah diperoleh di bangku kuliah dan khususnya bagi pembaca lain.
2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah kepustakaan serta dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan perbandingan bagi penelitian selanjutnya.
3. Bagi LAZ DT Peduli Sumatera Utara
  - a. Di harapkan penelitian ini dapat memberikan dampak positif kepada lembaga amil zakat serta memberikan pertimbangan bagi lembaga amil zakat untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan muzakki.
  - b. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan evaluasi dalam meningkatkan praktek zakat online di LAZ DT Peduli

Sumatera Utara untuk meningkatkan perkembangan yang pesat bagi lembaga tersebut dalam mengelola zakat online yang dapat memberikan kesejahteraan kepada umat.

### **G. Sistematika Penyusunan Skripsi**

Adapun sistematika penulisan yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **1. BAB I : Pendahuluan**

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, definisi operasional variabel, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penyusunan skripsi.

#### **2. BAB II : Tinjauan Pustaka**

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan hipotesis penelitian.

#### **3. BAB III : Metode Penelitian**

Bab ini menjelaskan tentang waktu dan lokasi penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, instrumen pengumpulan data, uji validitas dan realibilitas dan analisis data.

#### **4. BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Bab ini menjelaskan mengenai profil perusahaan, hasil penelitian dan pembahasan

#### **5. BAB V : Kesimpulan dan Saran**

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran

