

**SKRIPSI**

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN EFEKTIVITAS  
PENGUNAAN QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN  
STANDARD TERHADAP MINAT MEMBAYAR ZAKAT  
INFAQ DAN SEDEKAH  
(STUDI DI KOTA BANDA ACEH)**



**Disusun Oleh :**

**HILWA SHABIRA  
NIM: 210602020**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
2025 M/ 1446 H**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN EFEKTIVITAS  
PENGUNAAN QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN  
STANDARD TERHADAP MINAT MEMBAYAR ZAKAT  
INFAQ DAN SEDEKAH  
(STUDI DI KOTA BANDA ACEH)**



**Disusun Oleh :**

**HILWA SHABIRA  
NIM: 210602020**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
2025 M/ 1446 H**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Hilwa Shabira  
NIM : 210602020  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan*
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian Pernyataan ini Saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 2 Januari 2025

Yang Menyatakan



**Hilwa Shabira**

**PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**  
**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN EFEKTIVITAS PENGGUNAAN**  
***QUICK RESPONSE CODE* *INDONESIAN STANDARD* TERHADAP**  
**MINAT MEMBAYAR ZAKAT INFAQ DAN SEDEKAH**  
**(STUDI DI KOTA BANDA ACEH)**

Disusun Oleh:

Hilwa Shabira  
NIM: 210602020

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah  
memenuhi syarat penyelesaian studi pada  
Program Studi Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I



Ayumiati, S.E., M.Si.CTTr  
NIP. 197806152009122002

Pembimbing II



Mursalthina, M.E  
NIP. 199211172020121011

Mengetahui,  
Ketua Prodi,



Dr. Nilam Sari, M.Ag  
NIP. 197103172008012007

## PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Pengaruh Kepercayaan Dan Efektivitas Penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* Terhadap Minat Membayar Zakat Infaq Dan Sedekah  
(Studi Di Kota Banda Aceh)**

Hilwa Shabira  
NIM: 210602020

Telah Disidangkan Oleh Dewan Penguji Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan  
Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Untuk  
Menyelesaikan Untuk Menyelesaikan Program Studi Strata 1 (S-1) dalam  
Bidang Ekonomi Syariah

Pada Hari/Tanggal: Kamis, 09 Januari 2025 M  
09 Rajab 1446 H

Banda Aceh  
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,



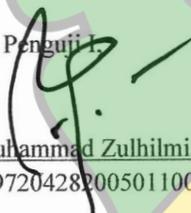
Ayumiati, SE., M.Si. CTTTr  
NIP. 197806152009122002

Sekretaris,



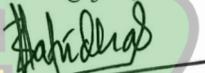
Mursalmira, M.E  
NIP. 199211172020121011

Penguji I,



Dr. Muhammad Zulhildi, S.Ag., M.A  
NIP. 197204282005011003

Penguji II,



Hafidhah, SE., M.Si., AK., CA  
NIP. 198210122023212028

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh



Prof. Dr. Haqas Fuzhoni, M.Ec  
NIP. 198006252009011009



**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Hilwa Shabira  
NIM : 210602020  
Fakultas/Program Studi : FEBI/ Ekonomi Syariah  
E-mail : 210602020@student.ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir     KKU     Skripsi

Yang berjudul :

**Pengaruh Kepercayaan dan Efektivitas Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard Terhadap Minat Membayar Zakat Infaq dan Sedekah (Studi di Kota Banda Aceh)**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh  
Pada tanggal : 16 Januari 2025

Mengetahui

Penulis

Hilwa Shabira  
NIM. 210602020

Pembimbing I

Ayumiati, S.E., M.Si, CTTTr.  
NIP. 197806152009122002

Pembimbing II

Mursalmina, M.E  
NIP. 199211172020121011

## KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur *Alhamdulillah* penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kepercayaan Dan Efektivitas Penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* Terhadap Minat Membayar Zakat Infaq Dan Sedekah (Studi Di Kota Banda Aceh)”. Shalawat beriring salam tak lupa pula penulis ucapkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga dan para sahabatnya yang telah memberikan contoh suri teladan dalam kehidupan manusia yang membawa kita dari alam kebodohan kepada alam yang berilmu pengetahuan. Skripsi ini merupakan salah satu syarat menyelesaikan pendidikan sarjana (S1) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesalahan dan kesulitan, namun berkat bantuan dari

berbagai pihak *Alhamdulillah* penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagaimana mestinya. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar Raniry.
2. Dr. Nilam Sari, Lc., M.Ag selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan Rina Desiana, M.E selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar Raniry.
3. Mursalmina, M.E selaku Penasehat Akademik (PA) penulis selama menempuh pendidikan Program Studi Strata Satu (S1) Ekonomi Syariah.
4. Ayumiati SE.M.SI selaku pembimbing I, yang telah berkenan memberikan bimbingan, meluangkan waktu, serta memberikan masukan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
5. Mursalmina, M.E selaku pembimbing II, yang telah berkenan memberikan bimbingan, meluangkan waktu, serta memberikan masukan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini. Dan juga menjaga kejujuran selama proses penulisan Skripsi ini.

6. Seluruh Dosen dan staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, khususnya Program Studi Ekonomi Syariah yang telah memberikan ilmu, pengalaman, arahan, serta perhatiannya kepada penulis selama mengikuti perkuliahan hingga selesainya skripsi ini.
7. Teristimewa kepada kedua orang tua tercinta, Kedua orang tua yang terhormat dan yang tercinta Ayahanda Nijarlis, Ibunda Nurlaila S.Pd, yang telah mendidik, memberikan bimbingan hidup, memberikan dukungan ketika penulis putus asa, yang selalu menyemangati dan menyayangi serta do'a yang tiada henti kepada penulis.
8. Pihak Lembaga Baitul Mal Kota Banda Aceh yang telah memberikan izin dan bekerjasama sehingga penulis dapat melakukan penelitian dengan mudah.
9. Sahabat seperjuangan Wiwik Septiara, Nabila Urrahmah dan M. Farhan Zubaili yang telah memberikan dukungan serta telah memberikan warna dalam hidup penulis selama menempuh pendidikan pada Program Studi Ekonomi Syariah.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilan. Penulis berharap usaha ini bermanfaat bagi diri sendiri dan pembaca.

Terima kasih disampaikan kepada semua pihak yang telah membantu, serta mohon maaf atas kekhilafan yang ada. Saran dan kritik yang konstruktif sangat diharapkan untuk perbaikan di masa depan.

Banda Aceh, 2 Januari 2025

Penulis,  
Hilwa Shabira



**TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN**  
**Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K**  
**Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987**

**1. Konsonan**

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak	16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ث	T	18	ع	'
4	ث	S	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	K <sub>h</sub>	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Z	24	م	M
10	ر	R	25		N
11	ز	Z	26	و	W
12	ص	S	27	ه	H
13	ش	S	28	ء	'
14	ص	Ş	29	ي	Y
15	ض	D			

## 2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌ِي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
◌ِو	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

kaifa : كيف

Haul : هول

### 3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
أَ / آ	Fathah dan alif atau ya	Ā
يِ	Kasrah dan ya	Ī
وِ	Dammah dan wau	Ū

Contoh:

qāla : قَالَ

ramā : رَمَى

qīla : قِيلَ

yaqūlu : يَقُولُ

### 4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta marbutah (ة) hidup

Ta marbutah (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta marbutah (ة) mati

Ta marbutah (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

*rauḍah al-atfāl/ rauḍatul atfāl :*

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

*Madinatul-Ah:*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

*Al-Madīnah Al-Munawwarah/ Munawwarah*

*Ṭalḥah :*

طَلْحَةَ

**Catatan:**

**Modifikasi**

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

## ABSTRAK

Nama : Hilwa Shabira  
NIM : 210602020  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
Judul : Pengaruh Kepercayaan Dan Efektivitas Penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* Terhadap Minat Membayar Zakat Infaq Dan Sedekah (Studi Di Kota Banda Aceh)  
Pembimbing I : Ayumiati, S.E., M.Si  
Pembimbing II : Mursalmina, M.E.

Evolusi kehidupan manusia dari era klasik ke era kontemporer telah memicu revolusi besar dalam berbagai aspek, termasuk cara pembayaran Zakat, Infaq, dan Sedekah (ZIS). Salah satu inovasi modern yang berperan penting dalam memfasilitasi pembayaran ZIS adalah penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan dan efektivitas penggunaan QRIS pada Baitul Mal Kota Banda Aceh terhadap minat masyarakat dalam membayar ZIS. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan sampel sebanyak 100 responden yang diambil menggunakan teknik purposive sampling, Data primer dikumpulkan melalui kuesioner berbasis *Google Form*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, variabel kepercayaan dan efektivitas QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk menunaikan Zakat, Infaq, dan Sedekah (ZIS). Secara parsial, kepercayaan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan QRIS untuk membayar ZIS, begitu pula dengan efektivitas QRIS yang juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat tersebut. Kedua variabel ini terbukti menjadi faktor kunci dalam meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan QRIS dalam menyalurkan ZIS.

**Kata Kunci:** *Kepercayaan, Efektivitas, Minat*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN SAMPEL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI</b> .....	<b>v</b>
<b>TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xx</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xx</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xxii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Manfaat Praktis (Operasional) .....	14
1.4.2 Manfaat Teoritis (Akademis).....	15
1.5 Sistematika Penulisan.....	16
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>18</b>
2.1 Minat .....	18
2.1.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat.....	19
2.1.2 Minat dalam Perspektif Ekonomi Islam .....	21
2.1.3 Indikator Minat .....	25
2.2 Kepercayaan .....	26
2.2.1 Faktor-faktor yang dapat membangun Kepercayaan .....	29
2.2.2 Kepercayaan dalam Perspektif Ekonomi Islam .....	31
2.2.3 Indikator Kepercayaan .....	33

2.3	Efektivitas.....	36
2.3.1	Pengertian Efektivitas .....	36
2.3.2	Faktor-Faktor Efektivitas .....	38
2.3.3	Efektifitas Dalam Perspektif Ekonomi Islam .....	39
2.3.4	Indikator Efektivitas.....	43
2.4	Zakat .....	46
2.4.1	Dasar Hukum Zakat .....	48
2.4.2	Zakat Fitrah.....	54
2.4.3	Zakat Maal (harta).....	56
2.4.4	Syarat-Syarat Wajib Zakat .....	62
2.4.5	Mustahik (Orang- orang yang berhak menerima Zakat).....	66
2.5	Infaq .....	73
2.5.1	Perbedaan Zakat dan Infaq.....	75
2.6	Sedekah .....	77
2.7	<i>Fintech Crowdfunding</i> .....	79
2.7.1	<i>Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)</i> .....	80
2.7.2	Definisi Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS).....	82
2.7.3	Instrumen Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS).....	84
2.8	Penelitian Terdahulu.....	87
2.9	Keterkaitan Antar Variabel.....	98
2.9.1	Pengaruh Kepercayaan QRIS terhadap minat menunaikan zakat, infaq dan sedekah.....	98
2.9.2	Pengaruh efektivitas QRIS terhadap minat menunaikan zakat, infaq dan sedekah.....	99
2.10	Kerangka Pemikiran .....	100
2.11	Pengembangan Hipotesis .....	101
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>103</b>
3.1	Metode Penelitian.....	103
3.2	Populasi dan sampel .....	104
3.2.1	Populasi.....	104

3.2.2 Sampel.....	104
3.3 Sumber Data Penelitian .....	107
3.3.1 Data Primer .....	107
3.3.2 Data Sekunder.....	108
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	108
3.5 Skala Pengukuran .....	109
3.6 Operasional Variabel Penelitian .....	110
3.6.1 Variabel Dependen.....	110
3.7 Teknik Analisis Data .....	115
3.7.1 Uji Validitas.....	115
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	116
3.8 Uji Asumsi Klasik .....	116
3.8.1 Uji Normalitas.....	117
3.8.2 Uji Multikolinearitas .....	118
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas.....	118
3.9 Uji Hipotesis.....	119
3.9.1 Uji Simultan (Uji F).....	120
3.9.2 Uji Parsial (Uji T) .....	120
3.9.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	121
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>122</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	122
4.1.1 Wilayah Administratif Kota Banda Aceh.....	122
4.2 Karakteristik Responden .....	124
4.2.1 Jenis Kelamin.....	124
4.2.2 Usia .....	125
4.2.3 Domisili.....	126
4.2.4 Pendidikan.....	127
4.2.5 Pendapatan .....	128
4.2.6 Filantropi.....	130
4.3 Analisis Deskriptif.....	131
4.3.1 Deskripsi Variabel Penelitian .....	131
4.3.2 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Minat (Y).....	131

4.3.3 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan (X <sub>1</sub> ).....	133
4.3.4 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Efektivitas (X <sub>2</sub> ).....	134
4.4 Uji Instrumen Penelitian.....	136
4.4.1 Uji Validitas .....	136
4.4.2 Uji Reliabilitas .....	138
4.5 Uji Asumsi Klasik .....	139
4.5.1 Uji Normalitas.....	139
4.5.2 Uji Multikolinieritas.....	141
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	142
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda.....	143
4.7 Uji Hipotesis.....	144
4.7.1 Uji T .....	144
4.7.2 Uji F (Uji Simultan).....	146
4.7.3 Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	147
4.8 Pembahasan hasil Penelitian .....	148
4.8.1 Pengaruh Kepercayaan Penggunaan QRIS Terhadap Minat Membayar ZIS.....	148
4.8.2 Pengaruh Efektivitas Penggunaan QRIS Terhadap Minat Membayar ZIS.....	151
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>158</b>
5.1 Kesimpulan.....	158
5.2 Saran.....	159
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>161</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	94
Tabel 3. 1 Skala Likert .....	110
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	114
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	125
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia .....	125
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	126
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pendidikan .....	128
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan .....	129
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Filantropi yang ditunaikan.....	130
Tabel 4. 7 Penjelasan Responden Terhadap Variabel Minat Membayar ZIS .....	131
Tabel 4. 8 Penjelasan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan Menunaikan ZIS Menggunakan QRIS.....	133
Tabel 4. 9 Penjelasan Responden Terhadap Variabel Efektivitas Menunaikan ZIS Menggunakan QRIS.....	134
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas .....	137
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas .....	138
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas.....	139
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas setelah dilakukan proses <i>Outlier</i> .....	140
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas .....	141
Tabel 4. 15 Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Uji Glejser .....	142
Tabel 4. 16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	143
Tabel 4. 17 Hasil dari uji parsial (Uji T) .....	145
Tabel 4. 18 Uji Simultan (Uji F) .....	147
Tabel 4. 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	148

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penerimaan ZIS di Baitul Mal Kota Banda Aceh.....	3
Gambar 1. 2 Jumlah Penduduk Muslim Kota Banda Aceh.....	9
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran .....	101



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	176
Lampiran 2 Tabulasi Data .....	182
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas.....	188
Lampiran 4 Hasil Uji Realiabilitas .....	191
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	192
Lampiran 6 Uji Hipotesis .....	194
Lampiran 7 Karakteristik Responden.....	194



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

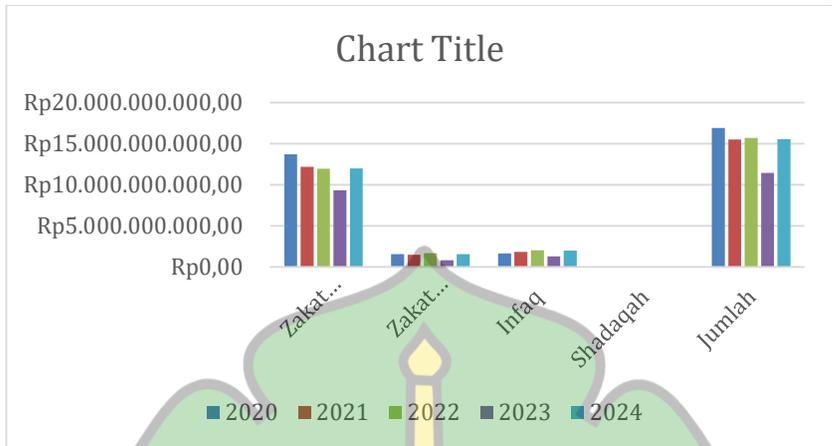
### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Islam menganjurkan umatnya untuk membagikan harta melalui zakat, infaq dan sedekah. Zakat adalah salah satu pilar utama dalam Islam, yang berfungsi sebagai instrumen sosial dan spiritual. Dalam konteks ini, zakat tidak hanya sekedar kewajiban finansial, tetapi juga merupakan cara untuk membersihkan harta dan jiwa seseorang, serta memperkuat solidaritas sosial di antara umat manusia. Seperti yang disebutkan oleh Noor Achmad selaku ketua Baznas RI dalam Fitra (2024) bahwa zakat berperan penting dalam berbagai aspek bagi penerima dan zakat dapat menjadi instrumen perekonomian dengan prinsip keadilan. Zakat berasal dari kata "Zaka" yang berarti suci, baik, dan berkah. Oleh karena itu, zakat menjadi sarana untuk mencapai keberkahan dalam kehidupan dan menghindarkan diri dari sifat kikir (Hardriansyah & Andriani, 2024). Eksistensi zakat sebagai salah satu rukun Islam tidak hanya dimaknai sebagai ibadah yang diwajibkan bagi umat Muslim yang memenuhi syarat, tetapi juga berfungsi sebagai ibadah yang memiliki dimensi ekonomi dan sosial. Zakat menjadi sarana pendistribusian harta untuk membantu sesama, mengurangi ketimpangan sosial, serta menghilangkan kesenjangan ekonomi di masyarakat (Muthoifin, 2021). Selain zakat, infaq dan sedekah juga merupakan salah satu instrumen pendapatan dalam Islam yang juga

berperan dalam aspek ekonomi dan sosial yang memberi peran penting dalam membantu tugas pemerintah dalam pemerataan ekonomi di negara dengan mayoritas muslim ini. Zakat, infaq dan sedekah merupakan aset penting dalam mewujudkan pemerataan kesejahteraan ekonomi masyarakat dan membangun kesejahteraan suatu kaum (Arosyid, 2021)

Implementasi zakat di Indonesia dijabarkan dalam penjelasan dengan definisi Zakat. Dalam hal ini Zakat menurut Undang-Undang No 23 tahun 2011 pasal 1 ayat 2 adalah harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim atau badan usaha untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat Islam. Kewajiban zakat telah ditetapkan dalam Al-Qur'an, Sunnah Nabi, dan ijma' ulama, serta sering disebutkan bersamaan dengan perintah shalat. Sebagaimana firman Allah dalam Al-Quran surah Adz-Dzariyat: 19, yang berbunyi: *"Dan pada harta benda mereka ada hak untuk orang miskin yang meminta dan orang miskin yang tidak meminta."* . Maka dari ayat tersebut dapat kita simpulkan bahwa setiap harta yang kita peroleh di dunia ini maka terdapat hak orang lain didalamnya. Sedangkan infak adalah harta yang dikeluarkan oleh seseorang atau badan usaha di luar zakat untuk kemaslahatan umum dan sedekah diartikan sama dengan infak termasuk juga ketentuan dan hukumnya. Hanya saja, sedekah memiliki arti luas, tak hanya menyangkut hal uang namun juga yang bersifat nonmaterial. Realisasi ZIS yang terdapat di Baitul Mal Kota Banda Aceh dapat dilihat dari Gambar 1.1 dibawah ini:

**Gambar 1. 1**  
**Penerimaan ZIS di Baitul Mal Kota Banda Aceh**



*Sumber: Baitul Mal Kota Banda Aceh (2024)*

Gambar 1.1 menunjukkan data pengumpulan dana zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) di Baitul Mal Kota Banda Aceh dari tahun 2020 hingga 2024. Secara keseluruhan, pengumpulan dana ZIS mengalami fluktuasi selama lima tahun terakhir. Zakat penghasilan merupakan komponen terbesar dari total ZIS yang terkumpul, dengan jumlah tertinggi sebesar Rp13,7 miliar pada tahun 2020. Namun, dana ini sempat menurun tajam menjadi Rp 9,3 miliar pada tahun 2023 sebelum kembali meningkat menjadi Rp 11,9 miliar di tahun 2024. Zakat perniagaan menunjukkan tren serupa, dengan pengumpulan tertinggi pada tahun 2022 sebesar Rp 1,6 miliar. Dana infaq mencatat pertumbuhan yang cukup stabil dari Rp1,6 miliar pada tahun 2020 menjadi hampir Rp2 miliar pada tahun 2024, meskipun sempat menurun di tahun 2023. Sementara itu, dana sedekah menjadi kategori dengan kontribusi terkecil, hanya

mencapai Rp11,7 juta pada tahun 2022, dan mengalami penurunan di tahun 2024. Secara total, pengumpulan dana ZIS mencapai puncaknya pada tahun 2020 dengan Rp16,9 miliar, namun sempat menurun drastis menjadi Rp11,4 miliar pada tahun 2023, sebelum kembali naik menjadi Rp15,5 miliar pada tahun 2024. Terjadinya peningkatan realisasi pengumpulan zakat, infaq dan sedekah menjadi sinyal bahwa performa lembaga zakat terus membaik disertai dengan minat muzakki untuk menunaikan ZIS melalui lembaga resmi yang juga terus mengalami peningkatan. Semangat berzakat terus diperjuangkan oleh seluruh Lembaga Pengelola Zakat (LPZ) melalui berbagai sosialisasi zakat. Di era digital saat ini, LPZ menjalin kerjasama dengan berbagai platform digital untuk menciptakan daya tarik dan kemudahan bagi para muzakki dalam melakukan pembayaran zakat, infaq dan sedekah dengan harapan minat masyarakat dalam membayar ZIS dan pengoptimalan penghimpunan Dana ZIS dapat ditingkatkan. Baitul Mal Kota Banda Aceh sendiri sudah mulai menggunakan digitalisasi zakat dari tahun 2017, serta terus melakukan sosialisasi kepada masyarakat untuk mengalihkan minat masyarakat dari sistem pembayaran tradisional ke sistem pembayaran digital.

Minat merupakan suatu ketertarikan seseorang yang muncul ketika melihat ada suatu produk baru sehingga timbul rasa ingin menggunakan produk tersebut (Kotler & Keller, 2007). Minat menurut Muawanah (2019) adalah sesuatu keinginan dari individu baik dari dorongan/motivasi dalam diri sendiri untuk melakukan

segala sesuatu diiringi perasaan senang. Pendapat lain dari Nurdin *et al.* (2020) bahwa minat merupakan dorongan dari psikis individu dalam menggunakan atau menjalankan sesuatu tanpa dorongan dari pihak lain. Pernyataan tersebut memiliki kesamaan dengan pernyataan yang diungkapkan oleh Slameto (2010) minat merupakan adanya rasa ketertarikan pada suatu hal tanpa adanya paksaan dari seseorang. Sedangkan Suharyat (2009) menyatakan bahwa minat adalah suatu proses memfokuskan diri terhadap apa yang diminati dengan senang dan puas. Berdasarkan definisi dan penjelasan diatas disimpulkan bahwa minat dalam penelitian ini adalah keinginan dari dalam diri seseorang tanpa adanya paksaan dan dilakukan dengan rasa senang serta mendapatkan kepuasan dalam menyalurkan ZIS dengan menggunakan QRIS pada Baitul Mal Kota Banda Aceh.

Aspek kepercayaan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat membayar zakat. Kepercayaan muzakki terhadap platform digital masih menjadi sesuatu yang baru (asing) dan penuh dengan tanda tanya. Kepercayaan adalah kesediaan diri untuk bergantung kepada pihak lain yang sudah dipercaya (Ishak & Luthfi, 2011). Kepercayaan ini tidak terbentuk dengan sendirinya, tetapi memerlukan upaya untuk dibangun. Dalam konteks pengelolaan zakat, kepercayaan dari para muzakki terhadap lembaga pengelola zakat memiliki peran yang sangat penting. Muzakki yang memiliki kepercayaan terhadap lembaga pengelola zakat menjadi aset berharga dalam meningkatkan pengumpulan dana zakat secara

optimal. Oleh karena itu, penelitian tentang kepercayaan muzakki dalam transaksi online menjadi sangat penting untuk dilakukan oleh lembaga pengelola (Anggraini & Indriani 2022). Kepercayaan masyarakat ini sangat dipengaruhi oleh pengaruh budaya yang sudah sangat kental dan melekat di dalam masyarakat, dimana implementasinya secara turun-temurun masih menggunakan cara tradisional, sehingga kehadiran platform digital seperti QRIS faktor kepercayaan masih harus dipertanyakan kepada masyarakat secara keseluruhan. Maka, aspek kepercayaan dianggap penting dalam melakukan sesuatu yang baru karena sangat menentukan keputusan jadi atau tidaknya seseorang dalam bertindak, akan tetapi jika ditinjau dari segi kemudahan, kecepatan, kepraktisannya, dan efisiensi waktu, maka menjadi peluang besar untuk diimplementasikan dalam berzakat. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Alnabilla (2021) yang menyatakan bahwa kepercayaan masyarakat menentukan minat/keputusan dalam menyalurkan ZIS melalui platform digital.

Selain kepercayaan, efektivitas juga dapat mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan suatu teknologi tertentu seperti *Financial Technology*. Menurut Zamzami & Junriana (2016) menjelaskan bahwa efektivitas adalah tercapainya tujuan yang telah ditetapkan, baik itu dalam bentuk target, sasaran jangka panjang maupun misi organisasi. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rohmah & Kosim (2020) yang menyatakan bahwa persepsi terhadap kemudahan serta efektifitas berpengaruh positif

dan signifikan terhadap minat membayar zakat dan sedekah melalui aplikasi Kitabisa.com. Efektivitas adalah hasil dari penggunaan teknologi sesuai dengan peruntukannya. Dalam hal ini, efektivitas mengacu pada hasil yang diperoleh dengan menggunakan teknologi yang memenuhi tujuan pengguna (Noviyanti, 2021).

Realisasi zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) di Baitul Mal Kota Banda Aceh masih menunjukkan fluktuasi yang signifikan, dengan penerimaannya sering mengalami penurunan. Padahal, dengan potensi yang sangat besar, regulasi yang memadai, serta berbagai inovasi dalam sistem pembayaran zakat yang semakin berkembang, seharusnya realisasi ZIS dapat lebih optimal. Berdasarkan fakta ini, berbagai upaya terus dilakukan oleh berbagai pihak untuk meningkatkan angka realisasi ZIS, salah satunya adalah dengan mengoptimalkan penggunaan teknologi. Salah satu kemudahan yang semakin dikenal adalah penggunaan platform digital untuk pembayaran zakat, yang kini tidak lagi menjadi hal baru bagi masyarakat. Salah satu bentuk digitalisasi dalam pembayaran ZIS adalah fintech crowdfunding, yang memungkinkan pengumpulan dana secara kolektif melalui platform digital. Melalui fintech crowdfunding, lembaga zakat dapat menggalang dana secara lebih luas dengan melibatkan masyarakat dari berbagai lapisan. Selain itu, fintech crowdfunding memberikan keleluasaan bagi para donatur untuk memilih program-program zakat yang mereka dukung, mempercepat proses distribusi dana, dan menjamin pengelolaan yang efisien. Di sisi lain, keberadaan QRIS sebagai sistem

pembayaran digital yang semakin berkembang di Aceh, juga menjadi faktor penting dalam mempermudah transaksi ZIS. QRIS mengintegrasikan berbagai aplikasi pembayaran digital, seperti OVO, GoPay, dan Dana, sehingga memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi hanya dengan memindai kode QR. Dengan jumlah transaksi QRIS yang tercatat mencapai 9,34 juta hingga Maret 2024 di Aceh, hal ini menunjukkan bahwa masyarakat mulai beralih ke pembayaran digital, termasuk untuk menunaikan zakat. Lembaga zakat di Kota Banda Aceh memanfaatkan QRIS untuk menghimpun dana ZIS, memberikan akses yang lebih luas dan lebih mudah bagi masyarakat yang ingin menunaikan kewajiban zakat. Integrasi antara fintech crowdfunding dan QRIS memungkinkan lembaga zakat untuk lebih efektif dalam mengelola dan mendistribusikan dana ZIS. Donatur dapat melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja, serta mendapatkan informasi transparan mengenai alokasi dana mereka. Oleh karena itu, penggabungan kedua inovasi ini menjadi langkah strategis yang dapat mengoptimalkan pengumpulan ZIS dan memberi manfaat yang lebih besar bagi masyarakat, sehingga angka realisasi ZIS dapat meningkat secara signifikan di masa depan. Menurut data Bank Indonesia yang disampaikan oleh Hertha Bastiawan, jumlah volume QRIS di Aceh hingga Maret 2024 tercatat mencapai 9,34 juta transaksi, dengan jumlah pengguna QRIS sebanyak 598 ribu dari target 652 ribu hingga akhir 2024 (AntaraneWS, 2024). QRIS sebagai salah satu bentuk digitalisasi ZIS telah dimanfaatkan oleh lembaga

zakat di Kota Banda Aceh untuk menghimpun dana ZIS. Penggunaan QRIS diharapkan dapat memudahkan dan meningkatkan minat masyarakat untuk menunaikan zakat, infaq, dan sedekah mereka. Selain adanya platform yang memudahkan, dengan jumlah penduduk Muslim yang cukup besar serta banyaknya pengusaha di berbagai sektor, potensi ZIS yang dapat dikumpulkan di Banda Aceh sangat besar. Oleh karena itu, optimalisasi penggunaan QRIS, yang didukung oleh inovasi teknologi dan potensi lokal yang besar, dapat menjadi langkah yang sangat strategis untuk meningkatkan realisasi ZIS di Banda Aceh. Jumlah penduduk Muslim yang besar, yang dapat dilihat pada Gambar 1.1 di bawah ini, menjadi faktor penting yang perlu dimanfaatkan untuk mencapai tujuan ini.

Gambar 1. 2  
Jumlah Penduduk Muslim Kota Banda Aceh

Kecamatan Subdistrict	Islam Islam	Protestan Protestant	Katolik Catholic	Hindu Hindu	Budha Buddha	Lainnya Others
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1. Meuraxa	27 001	59	1	8	21	27 090
2. Jaya Baru	26 741	239	77	-	100	27 157
3. Banda Raya	26 468	65	11	-	63	26 607
4. Baiturrahman	31 784	237	82	4	399	32 506
5. Lueng Bata	25 417	115	11	2	157	25 702
6. Kuta Alam	40 058	733	272	-	1 628	42 691
7. Kuta Raja	14 601	136	26	8	157	14 928
8. Syiah Kuala	34 205	33	4	-	5	34 247
9. Ulee Kareng	28 603	6	1	-	-	28 610
<b>Kota Banda Aceh</b>	<b>254 878</b>	<b>1 623</b>	<b>485</b>	<b>22</b>	<b>2 530</b>	<b>259 538</b>

Sumber: Bps Kota Banda Aceh, 2024

Selain itu, banyaknya penduduk dari kabupaten/kota lain yang pindah dan memilih tinggal di Kota Banda Aceh menjadikan

sumber daya insani di kota tersebut lebih unggul dibandingkan dengan kabupaten/kota lainnya, sehingga pengetahuan dan wawasan penduduknya lebih luas dan pergerakan aktivitas ekonomi lebih leluasa. Dengan adanya jumlah penduduk Muslim yang banyak, potensi zakat, infaq dan sedekah yang dapat dikumpulkan di Banda Aceh juga bisa ditingkatkan. Namun, masih dibutuhkan pengetahuan sejauh mana kepercayaannya terhadap suatu sistem yang baru dan dimanfaatkan oleh masyarakat di Kota Banda Aceh terutama dalam Menunaikan ZIS.

Digitalisasi zakat menjadi salah satu solusi inovatif untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi pengelolaan zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) di Indonesia. pernyataan ini selaras dengan hasil wawancara awal dengan Bapak Azhari, seorang pengurus di Baitul Mal Kota Banda Aceh. Digitalisasi, khususnya melalui QRIS sangat membantu lembaga zakat dalam mengelola ZIS secara lebih efisien, transparan, dan sesuai syariat. Beliau menjelaskan bahwa digitalisasi mempermudah proses pengumpulan dan pengelolaan zakat, sehingga menjadi lebih terorganisir dan akuntabel. Namun, kenyataannya, pola perilaku masyarakat seringkali tidak sejalan dengan tujuan digitalisasi tersebut. Hal ini tercermin dari hasil survei awal yang peneliti lakukan terhadap salah satu warga Darussalam, Ibu Mariani. Beliau mengungkapkan bahwa dirinya lebih sering menyalurkan zakat secara langsung kepada saudara atau kerabatnya. Alasan utamanya adalah kesulitan mengakses layanan Baitul Mal serta kekhawatiran akan lupa menunaikan zakat jika harus

menunggu waktu yang tepat. Kebiasaan ini juga dipengaruhi oleh faktor hubungan emosional, rasa percaya terhadap penerima, dan kurangnya pemahaman akan pentingnya menyalurkan zakat melalui lembaga resmi. Situasi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi digitalisasi dalam meningkatkan pengelolaan ZIS dan kebiasaan masyarakat yang cenderung mempertahankan metode tradisional. Sementara Bapak Azhari menekankan bahwa QRIS memiliki banyak keunggulan, kenyataan di lapangan seperti yang disampaikan Ibu Mariani mengindikasikan bahwa edukasi lebih lanjut dan pembangunan kepercayaan terhadap metode digital masih sangat dibutuhkan.

Beberapa penelitian terkait minat menyalurkan ZIS secara online masih mengemukakan hasil penelitian yang tidak konsisten, seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Alnabila (2021) dengan tujuan untuk mengetahui minat masyarakat untuk menggunakan platform digital sebagai sarana pembayaran zakat kemudian hasil penelitiannya menyatakan bahwa kepercayaan masyarakat menentukan minat dalam menyalurkan ZIS melalui platform digital. Hasil penelitian Alnabila (2021) juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggraini & Indriani (2022) dan Syarifah (2022). Namun hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sulisdika & Nurlina (2022) yang mengungkapkan bahwa variabel kepercayaan dan kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi berdonasi melalui digital payment.

Sementara itu, fokus penelitian terhadap variabel efektivitas ditemukan dalam studi yang dilakukan oleh Rohmah & Kosim (2020). Penelitian ini mengkaji pengaruh persepsi kemudahan dan efektivitas terhadap minat membayar ZIS melalui platform fintech crowdfunding, seperti Kitabisa.com. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi terhadap kemudahan dan efektivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembayaran ZIS secara digital. Temuan ini sejalan dengan penelitian Akbar & Burhan (2020), yang menyoroti pengaruh positif variabel efektivitas dalam meningkatkan minat masyarakat untuk menyalurkan ZIS melalui digital fundraising. Dengan demikian, meskipun ada perbedaan dalam temuan mengenai peran kepercayaan, penelitian lainnya menekankan pentingnya kemudahan dan efektivitas sebagai faktor kunci dalam mendorong minat masyarakat untuk memanfaatkan platform digital dalam berzakat.

Dengan mempertimbangkan temuan-temuan sebelumnya serta survei awal yang telah dilakukan, penting untuk menyoroti potensi besar QRIS dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan ZIS. Pernyataan Bapak Azhari menegaskan bahwa digitalisasi zakat melalui QRIS memberikan manfaat signifikan bagi lembaga zakat, seperti peningkatan efisiensi operasional dan pengurangan kebutuhan layanan jemput zakat. Namun tantangan yang muncul adalah bagaimana meningkatkan kepercayaan masyarakat dan mengubah pandangan mereka terhadap QRIS sebagai metode pembayaran ZIS yang efektif. Oleh karena itu, penelitian ini

berfokus pada pengaruh kepercayaan dan efektivitas QRIS terhadap minat masyarakat untuk membayar ZIS melalui lembaga resmi. Optimalisasi penggunaan QRIS diharapkan tidak hanya menjawab tantangan kepercayaan masyarakat, tetapi juga mendukung lembaga zakat dalam meningkatkan efektivitas pengumpulan dana, mengurangi kendala operasional, dan memaksimalkan potensi ZIS yang dapat terkumpul. Fokus pada QRIS sebagai metode pembayaran ZIS merupakan kebaharuan penelitian ini, Meskipun teknologi digital semakin berkembang, sedikit sekali penelitian yang mengkaji secara mendalam tentang sistem pembayaran QRIS dalam menunaikan ZIS. Unit analisis dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat muslim Kota Banda Aceh, periode penelitian ini dilakukan pada tahun 2024 menggunakan uji regresi linier berganda melalui aplikasi SPSS. Berdasarkan permasalahan diatas maka peneliti tertarik untuk mengisi kekosongan tersebut, dengan mengkaji “Pengaruh Kepercayaan dan Efektivitas Penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* terhadap Minat Membayar Zakat, Infaq, dan Sedekah di Kota Banda Aceh.”

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kepercayaan penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* berpengaruh terhadap minat membayar zakat, infaq dan sedekah Di Kota Banda Aceh.

2. Apakah efektivitas penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) berpengaruh terhadap minat membayar zakat, infaq dan sedekah Di Kota Banda Aceh.
3. Apakah kepercayaan dan efektivitas penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) secara simultan berpengaruh terhadap minat membayar zakat, infaq dan sedekah Di Kota Banda Aceh.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas maka penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis:

1. Pengaruh kepercayaan penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) berpengaruh terhadap minat membayar zakat, infaq dan sedekah Di Kota Banda Aceh.
2. Pengaruh efektivitas penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) berpengaruh terhadap minat membayar zakat, infaq dan sedekah Di Kota Banda Aceh
3. Pengaruh kepercayaan dan efektivitas penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) secara simultan berpengaruh terhadap minat membayar zakat, infaq dan sedekah Di Kota Banda Aceh.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Praktis (Operasional)**

- 1) Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi dan masukan yang berguna kepada Baitul Mal Kota

- Banda Aceh dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat, mengembangkan inovasi-inovasi yang lebih efektif, serta meningkatkan transparansi dalam pengelolaan zakat, infaq, dan sedekah (ZIS). Dengan adanya kemudahan yang ditawarkan oleh QRIS, diharapkan dapat membangkitkan minat masyarakat untuk menunaikan ZIS secara lebih rutin dan terpercaya.
- 2) Diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang bagaimana kepercayaan dan efektivitas penggunaan QRIS mempermudah masyarakat dalam membayar ZIS secara praktis dan efisien.

#### **1.4.2 Manfaat Teoritis (Akademis)**

Adapun manfaat teoritis dalam penelitian ini adalah:

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan dan wawasan bagi akademisi mengenai pengaruh kepercayaan dan efektivitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat membayar zakat pada masyarakat di Kota Banda Aceh serta dapat menjadi sumber perbandingan antara teori yang telah dipelajari dengan praktik yang terjadi.
- 2) Supaya *output* (keluaran) penelitian ini bisa dijadikan sebagai referensi tambahan dan acuan bagi penelitian selanjutnya yang ingin meneliti tentang pengaruh kepercayaan dan efektivitas terhadap minat membayar ZIS.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan ini menjelaskan bagaimana uraian pada setiap bab dengan tujuan untuk memudahkan dalam pembahasan serta pemahaman pada penelitian ini. Penelitian ini terdiri dari 5 (lima) bab yang masing-masing uraiannya dijelaskan sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisi latar belakang masalah yang menggambarkan klasifikasi penjelasan dalam Digitalisasi Zakat, tiga filantropi Islam yaitu zakat, infaq dan sedekah serta unsur apa yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menunaikan Zakat. Perincian masalah sebenarnya adalah pusat masalah yang akan dikonsentrasikan dan kemudian dilanjutkan dengan tujuan dan manfaat analisis untuk mengetahui seberapa signifikan eksplorasi ini. Pada bab ini juga memaparkan sistematik penulisan untuk mengetahui arah penelitian.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Menjelaskan uraian teori-teori yang dikumpulkan dari berbagai sumber tertulis mengenai Kepercayaan dan efektivitas dalam membangkitkan minat membayar zakat, infaq dan sedekah. Pada bab ini juga menjelaskan kerangka berfikir serta hipotesisnya.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bagian ini berisi gambaran tentang langkah-langkah pelaksanaan penelitian yang meliputi jenis pemeriksaan, wilayah, dan waktu penelitian, populasi dan pengujian, jenis dan sumber informasi,

strategi pengumpulan informasi, gagasan dan definisi fungsional, teknik analisis data, dan alat investigasinya.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

Selanjutnya pada bagian ini akan dijelaskan mengenai hasil penelitian yang telah dianalisis dengan metode penelitian.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan hasil penelitian dan saran untuk peneliti selanjutnya.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Minat**

Minat menurut Muawanah (2019) adalah sesuatu keinginan dari individu baik dari dorongan/motivasi dalam diri sendiri untuk melakukan segala sesuatu diiringi perasaan senang. Pendapat lain dari Nurdin *et al.* (2020) bahwa minat merupakan dorongan dari psikis individu dalam menggunakan atau menjalankan sesuatu tanpa dorongan dari pihak lain. Kotler & Keller (2012) menyatakan minat menggunakan merupakan keinginan konsumen untuk memilih suatu produk berdasarkan pengalaman dalam menggunakan produk tersebut. Azwar (2023) minat merupakan perhatian individu pada objek tertentu. Minat berhubungan dengan suatu keputusan bagi seseorang, ada unsur untuk memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan. Minat merupakan keinginan yang didorong oleh suatu keinginan setelah mengamati, membandingkan dan mempertimbangkan dengan kebutuhan atau juga dapat diartikan dengan keinginan seseorang yang didorong oleh suatu keinginan setelah melihat, mengamati, dan membandingkan serta mempertimbangkan dengan kebutuhan yang diinginkannya (Pratama & Suputra, 2019). Sedangkan menurut Jati (2019) minat penggunaan teknologi informasi adalah sebagai tingkatan keinginan atau niat seseorang untuk menggunakan sebuah teknologi informasi secara terus-menerus dengan asumsi bahwa orang tersebut memiliki akses terhadap teknologi informasi.

Berdasarkan berbagai definisi di atas, minat dapat disimpulkan sebagai dorongan psikologis yang berasal dari dalam diri individu yang melibatkan perhatian, keinginan, dan motivasi untuk melakukan suatu aktivitas tertentu atau memilih suatu produk. Minat ini seringkali didasarkan pada pengalaman, kebutuhan, dan evaluasi terhadap manfaat yang diperoleh. Selain itu, minat juga berhubungan dengan keputusan yang didorong oleh kebutuhan atau kepuasan yang diharapkan setelah melalui proses pengamatan, perbandingan, dan pertimbangan. Dalam konteks penggunaan teknologi informasi, minat didefinisikan sebagai keinginan yang berkelanjutan untuk menggunakan teknologi tertentu dengan asumsi bahwa individu memiliki akses terhadap teknologi tersebut. Minat tidak hanya mencakup keinginan tetapi juga perhatian khusus terhadap objek atau aktivitas tertentu yang relevan dengan kebutuhan individu. Minat dalam penelitian ini adalah keinginan dari dalam diri seseorang tanpa adanya paksaan oleh siapapun untuk menyalurkan zakat infaq sedekah dengan menggunakan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) yang disediakan oleh Baitul Mal Kota Banda Aceh.

### **2.1.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat**

Menurut Jogiyanto (2007) faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat adalah sebagai berikut:

1. Persepsi Kemudahan penggunaan adalah suatu anggapan individu di mana jika mereka menggunakan sistem tertentu maka akan terbebas dari usaha.
2. Keamanan merupakan pengukuran terhadap keamanan yang dijamin oleh sistem untuk melindungi data pengguna, sehingga merasa aman dan tidak takut untuk menggunakan sistem tersebut.

Sebaliknya Al-Smadi (2012) mengungkapkan bahwa faktor faktor yang dapat mempengaruhi atau membangun minat seseorang adalah sebagai berikut:

1. Faktor kebutuhan dari dalam. Minat dapat ditimbulkan dari rangsangan yang datang dari lingkungan atau ruang lingkup yang sesuai dengan kebutuhan atau yang diinginkan oleh seseorang, misalnya kecenderungan terhadap belajar, dalam konteks ini seseorang mempunyai rasa ingin tahu yang besar terhadap ilmu pengetahuan.
2. Faktor motif sosial. Minat seseorang juga dapat ditimbulkan dari baik pengaruh sosial maupun pengaruh dari dalam sendiri, misalnya seseorang yang mempunyai minat dalam menggunakan produk yang hype pada saat itu sehingga minat untuk menggunakan produk tersebut muncul yang disebabkan oleh pengaruh sosial.
3. Faktor emosional. Minat seseorang yang ditimbulkan oleh perasaan dirinya sendiri, misalnya kemudahan dan manfaat

yang diterima dalam menggunakan financial technology sehingga rasa senang dari seseorang tersebut muncul untuk menggunakannya.

### 2.1.2 Minat dalam Perspektif Ekonomi Islam

Minat dalam Islam dijelaskan oleh Ikaningtias, (2021) bahwasanya minat itu sendiri dapat diartikan sebagai dorongan hati seseorang untuk memilih dan melakukan sesuatu berdasarkan keadaannya masing-masing. Allah berfirman dalam Al-Quran surah Al-Isra': 84 yang berbunyi:

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ فَرُبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا ۝ ٨٤

*Artinya “Katakanlah tiap-tiap orang berbuat menurut keadaannya masing-masing’. Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya” (Q.S. Al-Isra' [17]: 84).*

Asy-Syaukani menjelaskan bahwasanya disebutkan dalam hadits shahih: "semuanya telah dimudahkan terhadap apa yang diciptakan untuknya", maka perhatikanlah kesesuaian bakat dan kemampuanmu, dan kembangkanlah untuk kamu pergunakan di jalan Allah, untuk ummatmu dan untuk keluargamu, dan janganlah berlagak seperti orang baik padahal kamu belum memberi apa-apa, sehingga kamu termasuk orang yang kelam kabut. Untuk pemahaman yang lebih lanjut dapat dilakukan dengan mentadabburi potongan-potongan dari ayat diatas : { قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ } potongan

ayat ini menjelaskan kepada kita bahwasanya "Tiap-tiap orang berbuat menurut keadaannya masing-masing" dan untuk potongan ayat selanjutnya menjelaskan bahwa "Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya (Asy-Syaukani, 2012).

Maksud dari ayat diatas “ berbuat menurut keadaannya” sesuai dengan kondisi masing- masing adalah ketika seseorang akan berbuat atau memilih sesuatu maka dalam dirinya akan hadir sebuah pilihan atau minat atau keinginan untuk melakukan sesuatu tersebut. Apabila minat atau pilihannya itu baik diperuntukan bagi Allah (ikhlas dan sesuai syariah) maka ia termasuk orang-orang pilihan dan mendapatkan keberuntungan. Namun sebaliknya, minat atau pilihannya cenderung kepada sesuatu yang tidak baik (bukan karena Allah dan tidak sesuai syariah), maka ia termasuk orang-orang yang merugi. Begitu pula dengan para muzakki, seharusnya mereka mampu untuk menentukan pilihannya pada apa yang telah Allah perintahkan dan menggunakan segala kemudahan yang ada untuk menuju keridhaan dengan lebih mudah (Asy-Syaukani, 2012).

QRIS mempermudah umat Islam dalam menunaikan kewajiban zakat, infaq, dan sedekah tanpa mengalami kesulitan. QRIS sebagai salah satu bentuk teknologi memungkinkan individu untuk menyampaikan niat baiknya berzakat, berinfaq, atau bersedekah dengan cara yang lebih cepat dan tanpa kesulitan. Hal ini sangat sesuai dengan ajaran Islam yang mengedepankan kemudahan

dalam beribadah. Minat untuk menggunakan teknologi dalam pembayaran ZIS semakin kuat ketika masyarakat menyadari bahwa tujuan syariah untuk mempermudah amal kebaikan dapat tercapai dengan lebih efisien melalui teknologi. Teknologi hadir untuk memfasilitasi niat masyarakat, memberi kemudahan kepada masyarakat dalam menunaikan kewajiban zakatnya. Sebagaimana dikatakan dalam Asy-Syaukani (2012) bahwa orang-orang yang beriman diperintahkan untuk segera melaksanakan kebaikan tanpa menunda-nunda waktu. Allah berfirman dalam Al-Quran surah Ali-Imran: 133 yang berbunyi:

وَسَارِعُوا إِلَىٰ مَغْفِرَةٍ مِّن رَّبِّكُمْ وَحَنَّةٍ عَرْضُهَا السَّمَاوَاتُ وَالْأَرْضُ أُعِدَّتْ لِلْمُتَّقِينَ

۱۳۳

*Artinya “Dan bersegeralah kamu kepada ampunan dari Tuhanmu dan kepada surga yang luasnya seluas langit dan bumi yang disediakan untuk orang-orang yang bertakwa” (Q.S. Ali-Imran [3]: 133).*

Al-Qarni (2008) menafsirkan bahwasanya potongan ayat *وَسَارِعُوا إِلَىٰ مَغْفِرَةٍ* (Dan bersegeralah kamu kepada ampunan). Ini merupakan perintah bagi orang-orang beriman untuk bergegas dalam menjalankan kebaikan dan tidak menunda-nunda. Kemudian potongan ayat *عَرْضُهَا السَّمَاوَاتُ وَالْأَرْضُ أُعِدَّتْ لِلْمُتَّقِينَ* (yang luasnya seluas langit dan bumi). Keduanya adalah makhluk Allah yang terluas

berdasarkan apa yang diketahui hamba-Nya. Lalu bagaimana kalian melakukan perbuatan yang menjadikan kalian diharamkan untuk memasuki surga dengan kawasannya, padahal surga itu disiapkan untuk orang-orang bertakwa. Lalu kalian memakan harta riba kemudian masuk neraka yang disiapkan untuk orang-orang kafir. Keduanya adalah makhluk Allah yang terluas berdasarkan apa yang diketahui hamba-Nya. Lalu bagaimana kalian melakukan perbuatan yang menjadikan kalian diharamkan untuk memasuki surga dengan keluasannya, Padahal surga itu disiapkan untuk orang-orang bertakwa. Lalu kalian memakan harta riba kemudian masuk neraka yang disiapkan untuk orang-orang kafir.

Tafsir dari ayat ini menunjukkan bahwa umat Islam diperintahkan untuk tidak menunda-nunda amal baik, termasuk dalam berzakat, berinfaq, dan bersedekah. Penggunaan teknologi yang mempermudah amal ibadah merupakan cara untuk segera melakukan kebaikan tanpa halangan. Dengan demikian, dalam Islam, minat atau niat merupakan hal yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan amal perbuatan. Niat yang tulus dan ikhlas akan menghasilkan amal yang baik, terutama jika dilakukan dengan cara yang sesuai dengan syariat, seperti menggunakan teknologi untuk mempermudah proses berzakat, berinfaq, dan bersedekah. Karena Allah itu maha adil yang menilai setiap perbuatan hambanya dimanapun dan kapanpun ia melakukannya. Sebagaimana ditegaskan dalam firman Allah surah Al-Baqarah: 148 yang artinya *“Dan setiap umat mempunyai kiblat yang dia menghadap*

*kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu dalam kebaikan. Di mana saja kamu berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu semuanya. Sungguh, Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu” (Q.S. Al-Baqarah [2]: 148).*

Berdasarkan pemaparan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa umat Islam diperintahkan untuk berlomba-lomba dalam melakukan kebaikan, tanpa memandang tempat atau waktu. Setiap umat memiliki arah atau tujuan yang ditetapkan untuk mereka, tetapi tujuan yang paling penting adalah melakukan amal baik yang sesuai dengan syariat Islam. Ayat ini mengingatkan bahwa keberhasilan amal perbuatan sangat ditentukan oleh niat yang tulus dan ikhlas, serta pelaksanaannya dengan cara yang sesuai dengan ketentuan Allah. Dalam konteks zaman sekarang, teknologi seperti QRIS dapat mempermudah umat Islam untuk segera menunaikan kewajiban zakat, infaq, dan sedekah, sehingga mereka bisa lebih cepat meraih keberkahan dari Allah tanpa adanya hambatan. Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu, dan Dia pasti mengumpulkan amal kebaikan dari setiap individu yang berniat tulus dan berusaha untuk selalu memperbaiki diri.

### **2.1.3 Indikator Minat**

Walgito dalam Azwar (2023) menyebutkan bahwa minat seseorang dapat diukur dengan beberapa indikator berikut ini:

1. Ketertarikan pada layanan/objek yang diminati. Seseorang yang sudah menemukan kemudahan, kepuasan terhadap

suatu (layanan/objek) akan tumbuh keinginan/ketertarikannya (minat) untuk terus menggunakannya.

2. Perasaan senang ketika menggunakan layanan/produk. Seseorang yang sudah merasa senang terhadap suatu (layanan/objek) akan tumbuh keinginan/ketertarikannya (minat) dalam menggunakannya
3. Kecenderungan untuk menggunakan layanan/produk. Ketika seseorang sudah mendapatkan kesenangan, kepuasan, dan kemudahan, maka seseorang akan cenderung dalam menggunakan suatu layanan/produk.

Susilowati (2017) mengatakan bahwa ada beberapa indikator untuk mengukur minat seseorang, yaitu:

1. Ketertarikan. Dalam ketertarikan ini seseorang menunjukkan adanya pemusatan perhatian terhadap sesuatu dan memiliki perasaan senang.
2. Keinginan. Keinginan ini dapat diunjukkan dengan adanya dorongan untuk memiliki sesuatu.
3. Keyakinan. Hal ini dapat ditunjukkan dengan adanya rasa percaya diri dari seseorang terhadap kualitas, daya guna dan keuntungan.

## **2.2 Kepercayaan**

Di zaman yang semakin modern ini banyak inovasi yang dibuat untuk memudahkan kehidupan manusia dalam memenuhi kebutuhannya, termasuk kemudahan melaksanakan kewajibannya

seperti kewajiban berzakat. Saat ini pembayaran zakat tidak harus datang ke sebuah masjid atau baitul mal lalu bertemu dengan amilnya kemudian berakad dan menyerahkan zakatnya. Sudah ada banyak cara seperti jemput zakat dan ada pembayaran zakat secara online. Itu semua merupakan sebuah inovasi yang dinilai dapat mempermudah masyarakat muslim dalam menunaikan kewajibannya. Kepercayaan sebagai kesediaan untuk membuat dirinya peka kedalam tindakan yang diambil oleh pihak yang dipercaya yang didasarkan pada keyakinan (Purba *et al.*, 2020). Dalam konteks kegiatan online, pertimbangan utama bagi seorang muzakki adalah apakah mereka memiliki keyakinan terhadap situs yang menyediakan layanan online dan juga percaya pada layanan online yang ditawarkan di dalam situs tersebut. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki peran penting dalam membangun dan menjaga hubungan jangka panjang (Ardianto, 2015). Sedangkan menurut Mujahidin (2020) kepercayaan merupakan seseorang yang bersedia dalam memakai atau menggantungkan pada produk atau merek tersebut. Kepercayaan merupakan keyakinan seseorang terhadap orang lain atau keyakinan terhadap sebuah produk, jasa bahkan suatu layanan yang diyakini mampu memenuhi kewajiban dan fungsinya. Kepercayaan merupakan suatu keadaan yang saling menguntungkan antara satu sama lain dengan harapan seseorang yang dipercaya tersebut tidak akan melakukan kecurangan (Ferrinadewi, 2014).

Kepercayaan merupakan variabel kunci dalam mengembangkan keinginan konsumen akan produk dan layanan yang tahan lama untuk mempertahankan hubungan jangka panjang perbankan (Fadzar, 2020). Kepercayaan dalam digital payment didefinisikan sebagai fungsi dari tingkat risiko yang terlibat dalam transaksi keuangan, dan hasil dari kepercayaan mengurangi risiko yang dirasakan, yang mengarah ke niat positif terhadap adopsi penggunaan digital payment (Octavia & Hafizh, 2019). Kepercayaan atau trust menjadi salah satu pilar yang sangat penting dalam berbagai aktivitas kehidupan, termasuk dalam berinteraksi sesama manusia dan hasil produksi yang dibuat oleh manusia. Trust tidak bisa dibangun dengan instan, mudah dan cepat, akan tetapi harus dibangun secara perlahan-lahan dan membutuhkan proses yang sistematis serta bisa dibuktikan kepada masyarakat. Trust atau kepercayaan adalah keyakinan terhadap pihak/orang lain dalam melakukan sesuatu sesuai dengan harapan yang diharapkan untuk memudahkan atau menghasilkan sesuatu hal yang baik/positif. Sedangkan menurut Ishak & Luthfi (2011) menyatakan bahwa trust atau kepercayaan adalah kesediaan diri untuk bergantung kepada pihak lain yang sudah dipercaya.

Dari berbagai definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan adalah keyakinan individu terhadap pihak lain, produk, atau layanan yang diyakini mampu memenuhi harapan serta menjalankan fungsinya dengan baik. Dalam digital payment, kepercayaan mengurangi risiko yang dirasakan dan mendorong niat

positif pengguna. Kepercayaan dibangun melalui proses yang transparan, konsisten, dan terbukti andal. Dalam zakat digital, kepercayaan sangat penting bagi muzakki untuk yakin bahwa zakatnya dikelola dengan baik sesuai syariat dan transparansi.

### **2.2.1 Faktor-faktor yang dapat membangun Kepercayaan**

Trust (kepercayaan) tidak bisa dibangun dengan instan, mudah dan cepat, akan tetapi harus dibangun secara perlahan-lahan dan membutuhkan proses yang sistematis serta bisa dibuktikan kepada masyarakat. Stephen P. Robbins dan Mary Coulter dalam Azwar (2024) menyatakan bahwa ada 5 (lima) faktor atau dimensi yang dapat membangun sebuah trust (kepercayaan), yaitu:

1. *Integrity* (integritas). Integritas adalah sifat jujur. Sifat jujur dapat memberikan dampak yang positif dalam berinteraksi (komunikasi, bertindak, dll). Aktivitas yang dilakukan oleh seseorang/pihak tertentu yang dilandasi dengan sikap integritas dapat membangun atau membentuk trust (kepercayaan) kepada mitra/partner nya.
2. *Competence* (kompetensi). Kompetensi adalah efektifitas atas kemampuan yang dimiliki seseorang dalam bertindak. Adapun aspek-aspek kompetensi terdiri dari penampilan kerja, keterampilan, pengelolaan tugas yang berbeda, dan sikap bertanggung jawab. Aktivitas yang dilakukan oleh seseorang/pihak tertentu yang dilandasi dengan karakteristik kompetensi dapat membangun atau membentuk trust (kepercayaan) dengan mitra/partner nya.

3. *Consistency* (konsistensi). Konsistensi adalah sikap teguh terhadap pendirian sendiri, tidak mudah berubah, tidak mudah terpengaruh dalam berbagai situasi dan kondisi, sehingga apapun yang sudah dinyatakan, baik janji, perkataan dan sikapnya akan dilaksanakan dengan semestinya. Implementasi karakteristik konsistensi ini dapat mendorong terbentuknya/ terbangunnya trust (kepercayaan) terhadap mitra/partner kerja.
4. *Loyalty* (loyalitas). Loyalitas adalah sikap setia, penuh pengabdian dan mematuhi semua kewajiban yang telah diberikan, serta tidak mudah keluar atau meninggalkan kewajiban secara tiba-tiba. Implementasi karakteristik loyalitas ini dapat mendorong terbentuknya/ terbangunnya trust (kepercayaan) terhadap mitra/partner kerja.
5. *Openness* (transparansi/keterbukaan). Transparansi atau keterbukaan adalah karakteristik seseorang/pihak tertentu dalam menyatakan kebenaran atau apa yang sebenarnya terjadi di lapangan, baik informasi, tugas, dll terhadap partner/mitra.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan menurut Candra et al (2022) ada lima faktor, yaitu sebagai berikut:

1. Kejujuran. Sikap jujur dan patuh akan dapat menumbuhkan rasa saling percaya antara satu sama lain,

saling menghormati diantara para pelaku usaha yang akan berdampak pada efisiensi dalam berusaha.

2. Kualitas Pelayanan Yang Baik. Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai suatu hubungan yang dapat terpenuhi harapannya atau kebutuhan pelanggannya.

### **2.2.2 Kepercayaan dalam Perspektif Ekonomi Islam**

Kepercayaan merupakan nilai yang paling dihargai dalam hubungan antar manusia. Kepercayaan adalah rasa percaya yang dimiliki orang terhadap orang lain, dimana kepercayaan ini didasarkan pada integritas, reliabilitas dan kredibilitas. Kepercayaan akan ada, apabila saling percaya dan itu terjadi jika saling terbuka, kompeten, adil, jujur, akuntabel dan penuh penghargaan dan hal ini bisa disebut dengan satu kata yaitu amanah (Al-albani dkk, 2008). Amanah adalah inti dari kepercayaan dalam Islam. Amanah mencakup tanggung jawab moral dan spiritual untuk menjaga hak orang lain. Dalam pengelolaan dana ZIS, kepercayaan masyarakat terhadap teknologi sangat bergantung pada bagaimana lembaga atau individu yang bertanggung jawab menjalankan amanah tersebut. Allah gambarkan orang-orang yang amanah dalam surah Ali-Imran: 75 yang berunyi:

وَمِنْ أَهْلِ الْكِتَابِ مَنْ إِنْ تَأْمَنَهُ بِقِنطَارٍ يُؤَدُّهُ إِلَيْكَ وَمِنْهُمْ مَنْ إِنْ تَأْمَنَهُ بِدِينَارٍ لَّا يُؤَدُّهُ إِلَيْكَ إِلَّا مَا دُمْتَ عَلَيْهِ قَائِمٌ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا لَيْسَ عَلَيْنَا فِي الْأُمِّيِّينَ سَبِيلٌ وَيَقُولُونَ عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ وَهُمْ يَعْلَمُونَ ٧٥

*Artinya “Di antara Ahli kitab ada orang yang jika kamu mempercayakan kepadanya harta yang banyak, dikembalikannya kepadamu; dan di antara mereka ada orang yang jika kamu mempercayakan kepadanya satu dinar, tidak dikembalikannya kepadamu kecuali jika kamu selalu menjaganya. Yang demikian itu lantaran mereka mengatakan: "tidak ada dosa bagi kami terhadap orang-orang ummi. Mereka berkata dusta terhadap Allah, padahal mereka mengetahui” (Q.S. Ali-Imran [3]: 75).*

Al-Qarni (2008) menjelaskan bahwa ayat ini mengajarkan tentang pentingnya amanah. Orang yang amanah akan mengembalikan harta kepada pemiliknya dengan tepat, sesuai dengan hak yang diberikan. Sebaliknya, orang yang tidak amanah akan mengabaikan tanggung jawabnya, tidak memenuhi kewajiban untuk menjaga dan mengembalikan hak orang lain dengan baik. Ayat ini menegaskan bahwa kejujuran dan tanggung jawab dalam memegang amanah adalah karakter yang sangat dihargai dalam Islam.

Dalam konteks teknologi, kepercayaan terhadap QRIS atau platform pembayaran digital dapat dibangun melalui transparansi

pengelolaan dana, dan laporan berkala yang jelas kepada masyarakat. Kepercayaan juga terbangun ketika pengguna merasa bahwa sistem teknologi telah dirancang untuk memenuhi kebutuhan mereka tanpa adanya potensi penyelewengan. Dalam Ekonomi Islam, transaksi berbasis teknologi seperti QRIS harus mencerminkan prinsip keadilan (al-adl), kejujuran (shidq), dan transparansi (tashrih). Jika kepercayaan ini tidak terjaga, maka masyarakat akan lebih memilih cara tradisional meskipun lebih sulit.

### **2.2.3 Indikator Kepercayaan**

Rasa percaya atau tidak percaya seseorang terhadap sesuatu ditentukan oleh banyak faktor, diantaranya seperti fisik produk, pelayanan yang diberikan dan komunikasi yang terjalin antar pihak penyedia produk dengan pemakai produk. Pengalaman positif yang diperoleh sebelumnya akan meningkatkan rasa percaya sehingga dalam jangka panjang akan menumbuhkan loyalitas yang kuat. Indikator yang dapat menilai kepercayaan seseorang terhadap teknologi menurut Mcknight et al., (2011) dibagi menjadi empat bagian yaitu:

1. *Integrity* adalah kejujuran dan kemampuan menepati janji dari pihak yang dipercaya (penjual). Integritas berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan penjual dalam menjalankan bisnisnya. Integritas dapat dilihat dari sudut keterbukaan (openness), pemenuhan (fulfillment), kesetiaan (loyalty), kejujuran (honesty), keterkaitan (dependability) dan keandalan (reliability).

2. *Benevolence* atau kebaikan hati adalah perhatian dan motivasi untuk bertindak sesuai dengan kepentingan pelanggan oleh penyedia barang. Kebaikan hati merupakan kemauan penjual dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara dirinya dengan pelanggan. Penjual bukan semata-mata mengejar keuntungan maksimum semata, melainkan juga memiliki perhatian yang besar dalam mewujudkan kepuasan konsumen. Komponen ini meliputi perhatian, empati, keyakinan dan daya terima.
3. *Competency* adalah kemampuan penjual untuk melaksanakan kebutuhan dari pelanggan. Dalam hal ini, bagaimana penjual mampu menyediakan, melayani sampai mengamankan transaksi dari gangguan pihak lain. Artinya bahwa pelanggan memperoleh jaminan kepuasan dan keamanan dari penjual dalam melakukan transaksi. Komponen ini meliputi pengalaman, pengesahan institusional dan kemampuan dalam ilmu pengetahuan.
4. *Predictability* adalah konsistensi perilaku oleh penjual. Kemampuan penjual untuk memberikan kepastian akan barang yang dijual, sehingga pelanggan dapat mengantisipasi dan memprediksi tentang kinerja penjual. Komponen ini meliputi citra diri penjual, resiko atau akibat yang mampu diprediksi dan konsistensi.

Sebaliknya Maya, (2017) menjelaskan bahwa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur minat membayar ZIS adalah:

1. Kesungguhan atau Ketulusan. Kebaikan karyawan atau pengelola suatu bisnis yang diberikan kepada pelanggan bisa menguntungkan satu sama lain.
2. Kemampuan. Kemampuan ini mengacu kepada kompetensi dan karakteristik penjual dalam mempengaruhi wilayah yang spesifik. Di dalam hal ini melihat bagaimana penjual mampu melayani, menyediakan hingga mengamankan transaksi dari gangguan pihak lain.
3. Integritas. Integritas berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan seseorang dalam menjalankan bisnisnya. Informasi yang diberikan gerhadap konsumen apakah sesuai dengan fakta atau tidak serta apakah kualitas produk yang dijual bisa di percaya atau tidak.

Konsep tersebut menerangkan bagaimana terbentuknya kepercayaan teknologi bagi penggunanya, yaitu bagaimana teknologi tersebut dapat bermanfaat bagi seluruh elemen dan juga adanya sifat transparansi dari teknologi tersebut yang dapat saling melindungi antar pemakainya. Pada penelitian ini kepercayaan yang dimaksud adalah kepercayaan terhadap suatu sistem yang baru, yakni keamanan serta transparansi yang akan mereka terima dalam menggunakan platform zakat online yang sudah banyak tersedia.

## **2.3 Efektivitas**

### **2.3.1 Pengertian Efektivitas**

Efektivitas dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berasal dari Bahasa efektif yang berarti sesuatu yang memiliki pengaruh, efek atau akibat yang ditimbulkan, dan merupakan keberhasilan dari suatu usaha atau tindakan. Dalam hal ini yang dimaksud efektivitas yaitu hasil yang didapat dari pengguna teknologi yang sesuai dengan tujuan penggunaannya. Persepsi kegunaan adalah suatu ukuran kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan pekerjaannya. Konsep efektivitas merupakan konsep yang luas, mencakup beberapa faktor di luar dalam hal ini adalah penggunaan dan penyedia produk layanan fintech. Efektivitas merupakan hubungan antara output dan tujuan. Semakin besar kontribusi output terhadap pencapaian tujuan, maka semakin efektif produk fintech. Menurut Sondang P. Siagian dalam Sucahyowati (2017) efektivitas adalah pemanfaatan sumber daya, sarana dalam jumlah tertentu yang secara sadar ditetapkan sebelumnya untuk menghasilkan sejumlah barang atas jasa kegiatan yang dijalankan. Efektivitas merupakan keberhasilan dari tercapai atau tidaknya sasaran yang telah ditentukan. Jika hasilnya semakin mendekati sasaran maka semakin tinggi efektivitasnya. Menurut Abdulrahmat (2003) efektivitas merupakan pemanfaatan sumber daya, sarana dan prasarana dalam jumlah tertentu yang secara sadar ditetapkan sebelumnya untuk menghasilkan sejumlah pekerjaan tepat pada waktunya. Efektivitas merupakan suatu ukuran antara hasil akhir

dengan tujuan penggunaan suatu layanan teknologi yang sesuai dengan hasil yang diharapkan. Apabila individu tersebut mampu mencapai tujuan sesuai dengan target waktu yang sudah ditentukan maka akan mencerminkan efektivitas operasional di perusahaan tersebut. Menurut (Khoirunnisa, 2023) Pelaksanaan yang efektif mengacu pada cara pelaksanaan suatu pekerjaan apakah telah sesuai dengan cara-cara atau prosedur yang telah ditentukan atau belum. Agar tercapainya efektivitas dan efisiensi pelaksanaan pekerjaan diperlukan adanya pengawasan. Sedangkan menurut (Noviyanti & Erawati, 2021) Efektivitas dapat didefinisikan sebagai daya guna, keaktifan, serta adanya kesesuaian dalam suatu kegiatan antara seseorang yang melaksanakan tugas dengan tujuan yang ingin dicapai. Ada beberapa aspek-aspek efektivitas menurut (Makmur, 2015) yaitu: aspek tugas dan fungsi, aspek rencana atau program, aspek ketentuan dan peraturan, aspek tujuan atau kondisi ideal. Indikator dari Efektivitas dikaji dari berbagai sudut pandang, subjek yang menilai, serta objek penelitiannya. Jika merujuk pada sudut produktivitas, maka penilaian efektivitas adalah kualitas, dan kuantitas (output) dari barang, dan jasa yang dihasilkan.

Berdasarkan pengertian diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa Efektivitas merupakan kemampuan untuk memilih tujuan-tujuan atau sasaran-sasaran yang tepat dalam mencapainya. Karena itu efektivitas menunjuk pada kaitan antara output atau apa yang sudah dicapai atau hasil yang sesungguhnya dicapai dengan tujuan atau apa yang sudah ditetapkan dalam rencana

atau hasil yang diharapkan. Dalam konteks mencapai tujuan, maka efektivitas berarti doing the right things atau mengerjakan pekerjaan yang benar. Efektifitas merujuk pada keberhasilan dan pencapaian pada sasaran, sehingga efektifitas digambarkan pada suatu ukuran apakah layanan Zakat Digital sudah tepat dan benar bagi penggunaanya.

### **2.3.2 Faktor-Faktor Efektivitas**

Putri (2023) mengungkapkan bahwa Faktor-faktor yang mempengaruhi efektifitas diantaranya adalah sebagai berikut:

1. **Karakteristik Organisasi.** Hubungan yang sifatnya relatif tetap seperti susunan sumber daya manusia yang terdapat dalam organisasi, struktur merupakan cara yang unik menempatkan manusia dalam rangka menciptakan sebuah organisasi. Dalam struktur manusia ditempatkan sebagai bagian dari suatu hubungan yang relatif tetap yang akan menentukan pola interaksi dan tingkah laku yang berorientasi pada tugas.
2. **Karakteristik Lingkungan.** Karakteristik lingkungan mencakup dua aspek, pertama yaitu lingkungan eksternal, yaitu lingkungan yang berada di luar batas organisasi dan sangat berpengaruh pada organisasi, terutama pada pembuatan keputusan dan pengambilan tindakan. Aspek kedua yaitu lingkungan intern yang dikenal dengan iklim organisasi, yaitu lingkungan yang secara keseluruhan dalam lingkungan organisasi.

3. Karakteristik Pekerja. Karakteristik pekerja merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap efektifitas. Di dalam diri setiap individu akan ditemukan banyak perbedaan, akan tetapi kesadaran akan individu sangat penting dalam mencapai tujuan organisasi. Jadi apabila suatu organisasi menginginkan keberhasilan, organisasi tersebut harus dapat mengintegrasikan tujuan individu dengan tujuan organisasi.
4. Karakteristik Manajemen. Karakteristik manajemen merupakan strategi dan mekanisme kerja yang dirancang untuk mengkondisikan semua hal yang ada dalam organisasi sehingga efektifitas dapat tercapai. Kebijakan dan praktik manajemen merupakan alat bagi pimpinan untuk mengarahkan setiap kegiatan guna mencapai tujuan organisasi. Dalam melaksanakan kebijakan dan praktik manajemen harus memperhatikan individu, tidak hanya mementingkan strategi dan mekanisme kerja saja. Mekanisme ini meliputi penyusunan tujuan strategis, pencarian dan pemanfaatan sumber daya, penciptaan lingkungan prestasi, proses komunikasi, kepemimpinan dan pengambilan keputusan serta adaptasi terhadap perubahan lingkungan inovasi organisasi.

### **2.3.3 Efektifitas Dalam Perspektif Ekonomi Islam**

Efektifitas penggunaan financial technology sangat berkaitan erat dengan kemudahan penggunaan, kepercayaan, daya guna serta kualitas pelayanan itu sendiri. Dalam dunia online demikian pula

harmonisasi antara tiga aspek tersebut dipadukan dengan mekanisme pembangunan kepercayaan secara total dalam proses keseluruhan (Putri, 2023). Sedangkan menurut Desma (2023) efektivitas berarti menjalankan pekerjaan yang benar. Memiliki kemampuan untuk memilih sasaran yang tepat dalam pencapaian tujuan. Efektivitas juga dijelaskan dalam firman Allah dalam Al-Quran surah Al-Isra: 26 sebagai berikut:

وَعَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذُرْ أَمْوَالَهُمْ سَبْطًا مَّعْرُوفًا ۚ تَبْذِيرًا ۚ ٢٦

Artinya: “Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros” (Q.S. Al-Isra [17]: 26).

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah SWT memerintahkan kepada kaum muslimin agar menunaikan hak kepada warga disekitarnya, orang-orang miskin dan orang yang dalam perjalanan. Perintah tersebut menandakan bahwa pemberian itu berdasarkan kepada tujuan dan hal yang lebih jelas dan tepat. Hal tersebut sesuai dengan pengertian efektivitas yang telah dijelaskan sebelumnya. Kata efektif dan efisien selalu dipakai bergandengan dalam manajemen karena manajemen yang efektif saja sangat mungkin terjadinya pemborosan, sedangkan manajemen yang efisien saja bisa berakibat tidak tercapainya tujuan atau rencana yang telah ditetapkan (Harahap, 2018). Ayat Al-Quran yang dapat dijadikan acuan kedua

hal tersebut adalah firman Allah dalam Sura Al-Kahf: 103-104 yang berbunyi:

قُلْ هَلْ نُنَبِّئُكُمْ بِالْأَخْسَرِينَ أَعْمَالًا ۝ ١٠٣ الَّذِينَ ضَلَّ سَعِيهُمُ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَهُمْ يَحْسَبُونَ أَنَّهُمْ يُحْسِنُونَ صُنْعًا

Artinya: “Katakanlah, ‘Apakah ingin Kami beritahukan kepada kalian tentang orang-orang yang perbuatan-perbuatannya paling merugi?’. (Mereka itu) orang yang usahanya sia-sia dalam kehidupan dunia ini, sedang mereka menyangka bahwa mereka itu berbuat sebaik-baiknya.” (QS: Al-Kahfi [18]: 103-104)

Ayat diatas menjelaskan bahwa orang yang paling merugi amalannya adalah orang-orang yang mengikuti hawa nafsu mereka dalam beramal dalam rangka tujuan mereka untuk mencapai keuntungan dan keutamaan. Sehingga akibatnya beramal dengan cara demikian itu, mereka terjatuh dalam kerusakan dan mereka tidak mencapai tujuannya. Jadi jelas bahwa suatu organisasi ataupun kegiatan yang dijalankan tidak sesuai dengan syariat yang telah ditetapkan maka semuanya tersebut akan sia-sia meskipun tujuan dari organisasi tersebut bersifat mulia (Harahap, 2018).

Berdasarkan dari dua ayat Al-Quran diatas maka dapat disimpulkan bahwa dalam surah Al-Isra' ayat 26 memberikan pemahaman bahwa efektivitas melibatkan kemampuan untuk menetapkan tujuan yang jelas dan mencapainya dengan cara yang tepat. Dalam konteks ini, penggunaan teknologi QRIS memudahkan

umat Islam untuk menunaikan kewajibannya secara lebih cepat, akurat, dan aman. QRIS memastikan dana zakat, infaq, dan sedekah dapat langsung tersalurkan kepada yang berhak (kerabat, orang miskin, dan musafir) tanpa harus melewati proses yang berbelit-belit atau risiko kehilangan. Hal ini sesuai dengan perintah Allah agar memberikan hak kepada yang berhak dengan cara yang tepat tanpa pemborosan.

Selain itu, Surah Al-Kahfi ayat 103-104 mengingatkan bahwa amal yang dilakukan tidak sesuai syariat atau tujuan yang salah dapat menjadi sia-sia, meskipun niatnya terlihat mulia. Dengan demikian, teknologi QRIS yang digunakan untuk pembayaran ZIS harus tetap berada dalam koridor syariat Islam, baik dalam penerapan maupun pengelolaannya. Misalnya, QRIS memungkinkan transparansi dan akuntabilitas sehingga dana ZIS dikelola secara amanah dan sesuai tujuan syariat, yaitu membantu mereka yang membutuhkan. QRIS juga dapat mendukung efisiensi tanpa mengorbankan efektivitas. Sebagaimana dijelaskan dalam manajemen, efektivitas tanpa efisiensi dapat mengarah pada pemborosan, sementara efisiensi tanpa efektivitas berisiko tidak tercapainya tujuan. Dengan QRIS, pembayaran ZIS tidak hanya cepat (efisien) tetapi juga tepat sasaran (efektif), sesuai dengan semangat syariat Islam untuk memaksimalkan kemaslahatan dan menghindari kerugian atau amal yang sia-sia. Oleh karena itu, implementasi QRIS dalam membayar zakat, infaq, dan sedekah merupakan langkah strategis yang mencerminkan efektivitas

teknologi dalam mendukung ibadah umat Islam, asalkan sistem tersebut dikelola dengan prinsip amanah, transparan, dan sesuai syariat.

#### **2.3.4 Indikator Efektivitas**

Sa'adiyah & Marlina (2018) mengatakan bahwa pengukuran mengenai pencapaian tujuan efektif berdasarkan pada:

1. Pemahaman Program, pemahaman program dapat dilihat dari sejauh mana seseorang dapat memahami pengetahuan atas program tersebut serta kemampuan seseorang melakukan program atau kegiatan tersebut.
2. Tepat Sasaran, mengukur sejauh mana lembaga dapat berhasil dalam merealisasikan sasaran yang hendak dicapai. Penempatan sasaran bersifat menyeluruh dalam sistem informasinya serta memberikan informasi yang tepat agar tujuannya dapat diukur tingkat keberhasilannya.
3. Waktu, faktor waktu berkaitan dengan apakah layanan tersebut menjadi lebih cepat dan efisien. Dalam hal ini diperlukan pengoptimalan kinerja sistem dari suatu program baik dari sisi internal maupun eksternalnya agar pelayanan menjadi lebih cepat dan efektif.
4. Pencapaian Tujuan, pencapaian tujuan merupakan keseluruhan upaya pencapaian tujuan dari suatu proses yang dilakukan. Jika seseorang mendapatkan fasilitas pelayanan dengan mudah maka akan mendapatkan apa yang diinginkan

sehingga suatu program dapat berjalan efektif dan tercapai tujuan serta visi dan misinya.

5. Perubahan Nyata, perubahan nyata dinyatakan efektif jika program atau kegiatan dapat memberikan dampak dan perubahan nyata dengan mengetahui kondisi sebelum dan sesudah adanya program tersebut. Sehingga dapat diukur dengan sejauh mana kegiatan tersebut memberikan efek atau dampak perubahan nyata bagi seseorang.

Menurut Sa'adiyah & Marlina (2018), selain indikator yang telah disebutkan sebelumnya, terdapat beberapa indikator tambahan yang dapat digunakan untuk mengukur efektivitas suatu sistem, antara lain:

1. Persepsi Efisiensi. Dimensi ini berkaitan dengan kepercayaan individu bahwa penggunaan suatu teknologi akan mendatangkan manfaat bagi individu yang menggunakannya. Penggunaan layanan teknologi informasi dipercaya akan membantu semua aktivitas menjadi lebih efisien sehingga memudahkan individu dalam menggunakannya. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi berguna maka mereka akan menggunakannya dan begitu juga sebaliknya.
2. Persepsi Efektivitas. Dimensi ini berkaitan dengan kepercayaan individu bahwa penggunaan suatu teknologi akan mendatangkan manfaat bagi individu yang menggunakan. Pengguna layanan teknologi dipercaya akan

membantu individu dalam menggunakan layanan teknologi karena tidak dibatasi oleh waktu dan tempat sehingga memudahkan individu menggunakan layanan teknologi dimana saja dan kapan saja sehingga individu merasa percaya bahwa sistem tersebut berguna dan akan menggunakannya.

3. Persepsi Kegunaan Dalam Meningkatkan Kinerja. Dimensi ini berkaitan dengan kepercayaan individu bahwa penggunaan suatu teknologi akan mendatangkan manfaat bagi individu yang menggunakan. Pengguna layanan teknologi dipercaya akan membantu individu dalam meningkatkan kinerja dari individu. Jika seseorang percaya bahwa sistem teknologi dapat berguna untuk meningkatkan kinerja maka individu akan menggunakan.
4. Persepsi Kegunaan Dalam Menjawab Kebutuhan Informasi. Dimensi ini berkaitan dengan kepercayaan individu bahwa penggunaan suatu teknologi akan membantu individu dalam mendapatkan kebutuhan informasi yang dibutuhkan. Pengguna layanan teknologi informasi dipercaya akan mempermudah individu dalam mendapatkan informasi dengan cepat dan mudah, sehingga penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi yang menggunakan.

Apabila masyarakat di suatu daerah tersebut melihat adanya sistem yang lebih efektif maka mereka akan memantau dan mencari

tahu apakah suatu sistem tersebut dapat membantu mereka dalam mengerjakan pekerjaannya dengan lebih cepat serta apakah dapat membantu dan memberi segala informasi yang mereka butuhkan. Maka jika suatu sistem telah dinilai efektif maka penggunaan terhadap sistem tersebut akan meningkat.

## **2.4 Zakat**

Zakat berasal dari kata “zaka” yang bermakna bertambah dan berkembang. Zakat menurut Bahasa berarti subur, tumbuh dan berkembang. Sedangkan menurut istilah zakat adalah hak tertentu yang diwajibkan Allah terhadap harta kaum muslim yang diperuntukkan bagi fakir miskin dan mustahik sebagai tanda syukur atas nikmat Allah dan untuk mendekatkan diri kepada Allah serta membersihkan diri dari hartanya (Zulkifli, 2014). Zakat terdiri dari dua macam, yang pertama, zakat fitrah yaitu zakat yang wajib dikeluarkan oleh setiap muslim setahun sekali tepatnya pada bulan ramadhan yang bertujuan untuk mensucikan diri dan untuk membantu meringankan beban fakir miskin (Elmadani, 2013). Kedua zakat mal (zakat harta) yaitu bagian dari harta kekayaan seseorang (badan hukum), yang wajib dikeluarkan untuk golongan orang-orang tertentu setelah dimiliki dalam jangka waktu dan jumlah tertentu (Zulkifli, 2014).

Kata *Zakat* dalam salah satu ayat disebutkan secara eksplisit sebagaimana terdapat di dalam surat Al-Baqarah: 43 yang berbunyi:

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ ٤٣

Artinya: “Tegakkanlah shalat, tunaikanlah zakat, dan rukuklah beserta orang-orang yang rukuk. (Q.S Al-Baqarah [2]: 43).

Kata *Zakat* pada ayat tersebut merupakan kata yang berbentuk perintah yaitu Tunaikanlah. Penjelasan ini senada dengan penggunaan kata *Zakat* pada Ayat lainnya yaitu surah Al-Baqarah: 110 yang berbunyi:

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَمَا تَقَدَّمُوا لَأَنفُسِكُمْ مِنْ خَيْرٍ تَجِدُوهُ عِنْدَ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ ١١٠

Artinya: “Dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. Segala kebaikan yang kamu kerjakan untuk dirimu akan kamu dapatkan (pahalanya) di sisi Allah. Sesungguhnya Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan.”(Q.S Al-Baqarah [2]: 110).

Menurut Peraturan Menteri Agama No 52 tahun 2014, Zakat adalah harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim atau badan komersial apapun yang dimiliki oleh seorang muslim untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat Islam. Zakat mal adalah harta yang dikeluarkan oleh muzakki melalui amil zakat resmi untuk ditransfer kepada mustahik. Menurut konsep di atas, pendapatan yang diterima seseorang dari hasil usahanya juga harus menerima zakat.

Dari dua penyebutan *Zakat* tersebut terlihat bahwa *Zakat* hukumnya wajib ditunaikan. Bahkan di ayat tersebut *Zakat* disandingkan dengan *Shalat*. Yang mencerminkan bahwasanya kewajiban membayar *Zakat* sama halnya dengan Allah mewajibkan *Shalat*. *Zakat* merupakan hal yang sakral bagi umat Islam, tetapi secara sosial berkaitan dengan masalah pemberdayaan. *Zakat* bisa dijadikan sebagai sarana untuk mendorong maju dan berkembangnya umat Islam. *Zakat* adalah momentum untuk melakukan pemerataan dan pemberdayaan umat, ketika sebagian Islam terjebak pada pola penumpukan harta dan sikap hedonis yang semakin menggilai, *zakat* merupakan peluang bagi dhu'afa untuk berkarya (Zahrah, 1995).

Berdasarkan penjabaran di atas, dapat disimpulkan bahwa *Zakat* adalah Mengeluarkan sebagian hartanya di jalan Allah sebagai bentuk kewajiban yang Allah perintahkan serta upaya merealisasikan kemaslahatan yang terhitug sebagai amal jariyah.

#### **2.4.1 Dasar Hukum Zakat**

*Zakat* adalah rukun Islam yang ketiga dalam hal ini Allah SWT melalui agamanya telah memerintahkan kepada kita untuk melaksanakan kewajiban membayar *zakat* dan sekaligus memerintahkan untuk mengelola *zakat* tersebut dengan baik. Oleh sebab itu hukum *zakat* adalah wajib ain, atas setiap muslim yang telah memenuhi syarat-syarat tertentu dan merupakan kewajiban yang disepakati oleh umat Islam dengan berdasarkan dalil Al Qur'an,

Hadis dan Ijma. Berikut ini adalah dalil dalil yang memperkuat kedudukannya (Abbas, 2017).

Abbas (2017) menjelaskan bahwasanya Zakat memiliki dasar hukum yang kuat dalam syariat Islam yang bersumber dari Al-Qur'an, hadis, dan ijma' ulama. Beberapa dalil yang menjadi landasan hukum zakat di antaranya adalah:

### 1. Dalil Al-Quran

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ ٤٣

Artinya: *“Tegakkanlah shalat, tunaikanlah zakat, dan rukuklah beserta orang-orang yang rukuk. (Q.S Al-Baqarah [2]: 43).*

إِنَّ الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَآتَوُا الزَّكَاةَ لَهُمْ أَجْرُهُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ وَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ ٢٧٧

Artinya: *“Sesungguhnya orang-orang yang beriman, beramal saleh, menegakkan shalat, dan menunaikan zakat, mereka mendapat pahala di sisi Tuhannya. Tidak ada rasa takut pada mereka dan tidak (pula) mereka bersedih”. (Q.S Al-Baqarah [2]: 277).*

Ajaran Islam menjadikan zakat sebagai ibadah maliyah ijtima'iyah yang mempunyai sasaran sosial untuk membangun satu sistem ekonomi yang mempunyai tujuan kesejahteraan masyarakat.

Zakat memiliki keistimewaan tersendiri, yaitu mewujudkan prinsip solidaritas sosial di tengah masyarakat. Orang kaya membutuhkan orang miskin, dan sebaliknya, orang miskin pun membutuhkan orang kaya. Allah mengatur secara jelas bagaimana zakat itu dikelola dan siapa saja yang berhak menerima zakat tersebut. Dalam firmannya pendistribusian zakat terdapat delapan jalur sebagaimana diatur dalam surah At-Taubah: 60 yang berbunyi:

إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمَلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبِهِمْ وَفِي الرِّقَابِ  
وَالْغَرَمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَأَبْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ ٦٠

Artinya: “*Sesungguhnya zakat itu hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, para amil zakat, orang-orang yang dilunakkan hatinya (mualaf), untuk (memerdekakan) para hamba sahaya, untuk (membebaskan) orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk orang-orang yang sedang dalam perjalanan (yang memerlukan pertolongan), sebagai kewajiban dari Allah. Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana.*”. (Q.S At-Taubah [9]: 60).

## 2. As-Sunnah

Adapun dasar zakat dalam Hadis Nabi secara umum sebagaimana disebutkan dalam riwayat Bukhari (1308) dan Muslim sebagai berikut:

عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ لَمَّا بَعَثَ مُعَاذًا إِلَى الْيَمَنِ قَالَ إِنَّكَ تَقْدُمُ عَلَى قَوْمٍ أَهْلِ كِتَابٍ فَلْيَكُنْ أَوَّلَ مَا تَدْعُوهُمْ إِلَيْهِ عِبَادَةَ اللَّهِ عَزَّ وَجَلَّ فَإِذَا عَرَفُوا اللَّهَ فَأَخْبِرْهُمْ أَنَّ اللَّهَ فَرَضَ عَلَيْهِمْ خَمْسَ صَلَوَاتٍ فِي يَوْمِهِمْ وَلَيَاتِهِمْ فَإِذَا فَعَلُوا فَأَخْبِرْهُمْ أَنَّ اللَّهَ قَدْ فَرَضَ عَلَيْهِمْ زَكَاةً تُؤْخَذُ مِنْ أَعْيَانِهِمْ فَتُرَدُّ عَلَى فُقَرَائِهِمْ فَإِذَا أَطَاعُوا بِهَا فَخُذْ مِنْهُمْ وَتَوَقَّ كَرَائِمَ أَمْوَالِهِمْ. رواه مسلم

Artinya: “Dari Ibnu Abbas ra. Bahwasanya Nabi Saw mengutus Muadz ke Yaman, lalu menuturkan is hadisnya, dan di dalamnya disebutkan, “Sesungguhnya Allah telah mewajibkan zakat kepada mereka pada harta mereka yang diambil dari orang kaya mereka dan diberikan kepada orang-orang miskin mereka.” (HR. Bukhari Muslim)

Kesimpulan dari hadis ini adalah bahwa zakat merupakan kewajiban yang telah Allah tetapkan atas harta orang-orang kaya untuk membantu kebutuhan orang-orang miskin. Hal ini menunjukkan prinsip keadilan sosial dalam Islam, di mana kekayaan didistribusikan secara proporsional untuk mengurangi kesenjangan ekonomi dan memperkuat solidaritas umat (Mardani, 2011).

أَتَى أَعْرَابِيٌّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، فَقَالَ: دَلَّنِي عَلَى عَمَلٍ إِذَا عَمَلْتَهُ دَخَلْتُ الْجَنَّةَ. قَالَ: تَعْبُدُ اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُ بِهِ شَيْئًا، وَتُقِيمُ الصَّلَاةَ الْمَكْتُوبَةَ، وَتُؤَدِّي الزَّكَاةَ

الْمَفْرُوضَةَ، وَتَصُومُ رَمَضَانَ. قَالَ: وَالَّذِي نَفْسِي بِيَدِهِ، لَا أَزِيدُ عَلَى هَذَا شَيْئًا وَلَا أَنْقُصُ مِنْهُ. فَلَمَّا وُلِّيَ، قَالَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: مَنْ سَرَّهُ أَنْ يَنْظُرَ إِلَى رَجُلٍ مِنْ أَهْلِ الْجَنَّةِ فَلْيَنْظُرْ إِلَى هَذَا

Artinya: “Dari Abu Hurairah Radhiyallahu Anhu: Ada seorang Arab badui mendatangi Nabi Shallallahu ‘alaihi wasallam, ia bertanya kepada beliau, “Tunjukkanlah kepadaku amalan yang jika aku mengamalkannya maka aku dapat masuk surga.” Maka Nabi bersabda, “Kamu menyembah Allah dan tidak menyekutukanNya dengan sesuatu apapun, mendirikan shalat shalat fardhu, menunaikan zakat-zakat wajib, berpuasa di bulan Ramadhan.” Arab badui berkata, “Demi Dzat yang jiwaku berada di tanganNya, aku tak akan menambahinya!” Tatkala ia hendak pergi, Nabi Shallallahu ‘alaihi wasallam bersabda, “Barangsiapa yang senang melihat lelaki dari penduduk surga, maka lihatlah kepada lelaki ini.” (H.R. Bukhari)

Setiap perintah berarti wajib dilaksanakan, karena yang dapat disimpulkan dari kata-kata “memerintah kami” adalah bahwa Nabi mengeluarkan ucapan beliau dalam bentuk perintah yang berarti wajib dilaksanakan. Di samping pengertian yang segera timbul dalam pikiran tentang makna kata “sedekah” di atas adalah “zakat”. Banyak sekali hadis yang memakai istilah “sedekah” untuk zakat, dan apabila kata “sedekah” itu diberi alif lam seperti dalam hadis di atas, maka pengertiannya berubah menjadi arti kedua yaitu zakat.

Ibnu Hazm mengatakan bahwa seandainya kata “sedekah” dalam hadis itu tidak berarti zakat, maka pengertian itu jauh sekali dari pengertian yang ditunjukkan oleh acuan logis hadis tersebut (Qardhawi, 2006).

### **3. Ijma’**

Sedangkan dari ijma’ Ulama, mereka sepakat dari generasi ke generasi hingga sekarang tentang wajibnya Zakat. Bahkan para sahabat Nabi sepakat untuk memerangi orang-orang yang enggan membayar zakat. Dengan demikian, seorang Muslim yang mengingkari kefardhuannya berarti dia dianggap murtad, keluar dari Agama Islam (Masduki, 2014).

Dari beberapa dasar hukum diatas, maka tidak diragukan lagi, bahwa Zakat adalah kewajiban bagi setiap Muslim. kedudukan zakat sama dengan kedudukan dalam Shalat lima waktu, dalam kekuatan hukumnya. Karena kata Zakat dalam beberapa ayat, selalu dirangkaikan dengan menggunakan Huruf “athaf” dengan kata Shalat. Dalam istilah Ushul Fiqh, berarti kedua hukum tersebut mempunyai Hukum yang sama. Sebab termasuk kepada “dalalah iqtiran” (dalil yang bersamaan).

Berdasarkan Ayat Al-Quran dan As-sunnah serta ijma’, yang menyatakan secara jelas tentang Zakat dan tujuannya. Menurut penulis dari landasan hukum tersebut banyak yang menjelaskan bahwa setiap harta yang kita peroleh itu terdapat hak orang lain. Maka zakat adalah sebagai alat untuk memberdayakan

perekonomian umat dan menciptakan masyarakat yang peduli akan sesama.

#### **2.4.2 Zakat Fitrah**

Zakat fitrah merupakan zakat yang wajib dikeluarkan seorang muslim dikala menjelang Idul Fitri pada bulan suci Ramadhan, besaran zakat ini yaitu setara dengan 3,5 liter atau 2,7 kilogram berupa beras, dan makanan pokok lainnya (Arosyid, 2021). Adapun pengertian atau makna zakat fitrah adalah zakat yang sebab diwajibkannya adalah futur (berbuka puasa) pada bulan Ramadhan, disebut pula dengan sedekah fitrah. Dipergunakan pula sedekah itu untuk zakat fitrah, seolah-olah sedekah dari fitrah atau asal kejadian sehingga wajibnya zakat fitrah untuk mensucikan diri dan membersihkan perbuatannya (Qardhawi, 2011).

Menurut Qardhawi dalam Mu'iz (2022) terjadi perbedaan pendapat tentang pembayaran zakat fitrah menggunakan uang tunai. Mengeluarkan harga zakat (bukan barangnya) menurut Imam yang tiga adalah tidak diperkenankan, baik pada zakat fitrah maupun pada zakat-zakat lain. Pendapat Imam Malik, Imam Syafi'i, dan Hanbali bahwa menyerahkan harganya itu bertentangan dengan Sunnah Rasulullah SAW. Sedangkan Imam Abu Hanifah berpendapat bahwa mengeluarkan harganya itu diperbolehkan.

Cendekiawan Muslim kontemporer, Syekh Yusuf al-Qardhawi dalam (Mu'iz & Abdul., 2022) mengatakan bahwa pemberian dengan harga ini sebenarnya lebih mudah di zaman sekarang, terutama di lingkungan negara industri. "Di mana orang-

orang tidaklah bermuamalah kecuali dengan uang," tegasnya. Lebih jauh, Syekh al Qardhawi berpandangan, terkait dua cara pembayaran ini, apakah dengan bahan makanan atau uang, sebaiknya dilihat dari tingkat keutamaannya. Dalam artian, mana yang lebih bermanfaat bagi para fakir miskin. Bila makanan lebih bermanfaat bagi mereka, maka menyerahkan zakat berupa makanan jauh lebih penting. Namun jika dengan uang dianggap lebih banyak manfaatnya, berzakat dengan uang menjadi lebih utama.

Berdasarkan uraian di atas, maka zakat fitrah adalah zakat wajib yang dikeluarkan oleh setiap Muslim menjelang Idul Fitri, umumnya dalam bentuk makanan pokok seperti beras atau gandum. Mayoritas ulama klasik (Malikiyah, Syafi'iyah, dan Hanabilah) sepakat bahwa zakat fitrah wajib dikeluarkan dalam bentuk makanan pokok sesuai sunnah Rasulullah SAW. Mereka menolak pembayaran zakat fitrah dalam bentuk uang karena dianggap tidak sesuai dengan dalil syar'i. Namun, Imam Abu Hanifah memperbolehkan zakat fitrah dalam bentuk uang sebagai bentuk kemudahan bagi penerima. Pendapat ini kemudian diikuti oleh sebagian ulama kontemporer, yang menilai bahwa uang tunai lebih relevan dengan kebutuhan masyarakat modern, sehingga dapat lebih efektif membantu penerima memenuhi kebutuhannya. Perbedaan pendapat ini menunjukkan fleksibilitas dalam memahami dan menerapkan hukum syariat sesuai kondisi zaman.

### **2.4.3 Zakat Maal (harta)**

Dalam bahasa Arab, Maal berarti harta. Jadi, zakat maal adalah zakat kekayaan yang harus dikeluarkan dalam jangka satu tahun sekali yang sudah memenuhi nishab mencakup hasil perniagaan, pertanian, pertambangan, hasil laut, hasil ternak, harta temuan, emas dan perak serta hasil kerja (profesi) (Al-Ba'ly, 2006).

Badan Amil Zakat Nasional (2018) mengembangkan zakat maal menjadi beberapa macam yaitu:

#### **1. Zakat penghasilan**

Zakat penghasilan atau yang dikenal juga sebagai zakat profesi; zakat pendapatan adalah bagian dari zakat maal yang wajib dikeluarkan atas harta yang berasal dari pendapatan / penghasilan rutin dari pekerjaan yang tidak melanggar syariah. Nishab zakat penghasilan sebesar 85 gram emas per tahun. Kadar zakat penghasilan senilai 2,5%. Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) menjelaskan, penghasilan yang dimaksud ialah setiap pendapatan seperti gaji, honorarium, upah, jasa, dan lain-lainnya yang diperoleh dengan cara halal, baik rutin seperti pejabat negara, pegawai, karyawan, maupun tidak rutin seperti dokter, pengacara, konsultan, dan sejenisnya, serta pendapatan yang diperoleh dari pekerjaan bebas lainnya.

##### **a) Nishab dan Kadar Zakat Penghasilan**

Zakat penghasilan dikeluarkan dari harta yang dimiliki pada saat pendapatan/penghasilan diterima oleh seseorang yang sudah dikatakan wajib zakat. Seseorang dikatakan sudah wajib

menunaikan zakat penghasilan apabila ia penghasilannya telah mencapai nishab zakat pendapatan sebesar 85 gram emas per tahun. Hal ini juga dikuatkan dalam SK Ketua BAZNAS Nomor 1 Tahun 2024 Tentang Nilai Nisab Zakat Pendapatan dan Jasa Tahun 2024, bahwa;

Nishab zakat pendapatan / penghasilan pada tahun 2024 adalah senilai 85 gram emas atau setara dengan Rp82.312.725,- (delapan puluh dua juta tiga ratus dua belas ribu tujuh ratus dua puluh lima rupiah) per tahun atau Rp6.859.394,- (enam juta delapan ratus lima puluh sembilan ribu tiga ratus sembilan puluh empat rupiah) per bulan. Jika harga emas pada hari ini sebesar Rp 938.099/gram, maka nishab zakat penghasilan dalam satu tahun adalah Rp79.292.978, Penghasilan Bapak Fulan sebesar Rp10.000.000/ bulan, atau Rp120.000.000,- dalam satu tahun. Artinya penghasilan Bapak Fulan sudah wajib zakat. Maka zakat Bapak Fulan adalah Rp250.000,-/ bulan.

## **2. Zakat Perusahaan**

Zakat perusahaan adalah zakat perniagaan dengan menghitung aktiva lancar dikurangi dengan kewajiban yang dimiliki oleh perusahaan atau dalam konsep akuntansinya berdasarkan pada neraca bukan laba rugi.

Langkah-langkah untuk menghitung zakat perusahaan

- 1) Analisis harta mana yang memenuhi syarat wajib zakat.

- 2) Menentukan dan mengukur liabilitas yang harus dibayarkan oleh perusahaan di akhir haul.
- 3) Mengukur takaran zakat dengan cara mengurangi semua liabilitas yang harus dibayar.
- 4) Nisab zakat ialah 94 gram emas dan persentase zakat adalah 2,5%.

### **3. Zakat perdagangan**

Allah memberikan keleluasan kepada orang-orang Islam untuk bergiat dalam perdagangan, dengan syarat tidak menjual sesuatu yang haram dan tidak mengabaikan nilai-nilai moral dalam melakukannya seperti kejujuran, kebenaran dan kebersihan, serta tidak hanyut terbawa kesibukan dagang sehingga lupa mengingat dan menunaikan kewajiban terhadap Allah (Qardhawi, 2006). Perdagangan telah menjadi mata pencaharian yang memberikan hasil tidak sedikit dan telah memiliki kekayaan. Islam mewajibkan dari kekayaan yang diinvestasikan dan diperoleh dari perdagangan itu agar dikeluarkan zakatnya setiap tahun sebagai tanda terima kasih kepada Allah, membayar hak orang-orang yang berhak, dan ikut berpartisipasi buat kemaslahatan umum demi agama dan negara.

Barang perdagangan yaitu semua yang diperuntukkan untuk dijual selain uang kontan dalam berbagai jenisnya, meliputi alat-alat, barang-barang, pakaian, makanan, perhiasan, binatang, tumbuhan, tanah, rumah, dan barang-barang tidak bergerak maupun bergerak lainnya (Qardhawi, 2006). Ia juga mengatakan bahwa Zakat perdagangan itu dikeluarkan sesuai dengan apa yang sudah menjadi

ketentuan dalam hukum Islam. Sebagai tanda terima kasih kepada Allah, membayar hak-hak orang yang berhak, dan ikut berpartisipasi untuk kemaslahatan umum demi agama dan negara yang merupakan kepentingan setiap jenis zakat.

Menurut Ahmad Satori dalam (Widjaya, 2017) barang dagangan adalah segala sesuatu yang dijual selain uang tunai dalam berbagai jenis, antara lain alat, pakaian, makanan, perhiasan, binatang, tumbuhan, rumah, dan real estate serta barang bergerak lainnya. Zakat tijarah (zakat perdagangan atau perniagaan) merupakan zakat yang wajib dikeluarkan terhadap harta perdagangan atau aset yang diperjualbelikan. Mencakup semua aktivitas bisnis yang dilakukan termasuk komoditas perdagangan, seperti pertokoan, baik grosir maupun retail. (Syamsudin, 2021).

Menurut Hafidhuddin (2019) menjelaskan bahwa ketentuan dalam membayar zakat perdagangan adalah sebagai berikut:

1. Nishab, nishab zakat harta usaha sama dengan nishab zakat emas dan perak, yaitu 20 mitsqal setara dengan 20 dinar emas atau 200 dirham perak.
2. Ikrar berdagang, ikrar untuk berdagang atau ikrar untuk memperdagangkan suatu barang, merupakan syarat utama dalam membayar zakat perdagangan. Ulama syafi'i berpendapat bahwa syarat barang yang harus dipertukarkan saat berlangsungnya akad atau pada saat perakitan akad.
3. Bukan harta yang dipelihara, harta tidak boleh dimaksudkan untuk dimiliki (dipelihara). Hal tersebut merupakan salah

satu syarat yang ditetapkan oleh jumbuh ulama. Jika itu yang dimaksud, maka penangkapan telah dihentikan. Jika Anda ingin memperdagangkannya, Anda perlu merencanakan untuk berbisnis.

4. Mencapai haul, kepemilikan atas harta yang dimiliki seseorang selama satu tahun. Barang siapa yang mempunyai harta yang setara dengan satu nishab dan menyimpannya selama satu tahun, wajib membayar zakat sebesar 2,5%.
5. Kadar Zakat, berdasarkan kesepakatan para ulama, kadar zakat yang wajib dikeluarkan pada zakat perdagangan adalah 2,5% atas nilai suatu barang, yaitu berupa uang.
6. Alat pembayaran, beberapa ulama seperti Imam Ahmad bin Hambal dan Imam Syafi'i berpendapat bahwa zakat harus dibayar dalam bentuk uang, bukan dalam bentuk barang, karena nisab pada barang dihitung dengan harga. Dengan demikian, zakat yang diberikan dalam bentuk uang. Ibnu Taimiyah, berpendapat... zakat ini diberikan berbentuk material seperti barang atau berupa uang sesuai kebutuhan dan manfaat para mustahik. Ketika mustahik sadar akan lebih membutuhkan suatu barang, dan jika mereka membutuhkan uang untuk tujuan lain, beri mereka uang.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa zakat perdagangan adalah harta yang berupa barang perdagangan yang wajib disisihkan oleh perorangan atau badan usaha yang dimiliki oleh seorang muslim dan diberikan kepada yang berhak

menerimanya dari semua jenis barang yang diperjualbelikan untuk memperoleh keuntungan sesuai dengan ketentuan agama Islam.

#### **4. Zakat Emas dan Perak**

Zakat emas, perak, atau logam mulia adalah zakat yang dikenakan atas emas, perak dan logam mulia lainnya yang telah mencapai nisab dan haul. Dalil mengenai kewajiban zakat atas emas ini ada dalam Al-Quran Surat At-Taubah 34.

##### **Syarat Emas dan Perak yang Wajib Dizakati**

- 1) Milik Sendiri, artinya kepemilikan atas emas tersebut dimiliki secara sempurna dan sah, bukan pinjaman atau milik orang lain.
- 2) Sampai Haulnya, artinya emas tersebut sudah tersimpan selama satu tahun berjalan.
- 3) Sampai Nisabnya, artinya emas yang dimiliki sudah mencapai batasnya untuk dikategorikan sebagai harta yang wajib dizakati. Untuk nisab zakat emas sendiri sebesar 85 gram.

Zakat emas wajib dikenakan zakat jika emas yang tersimpan telah mencapai atau melebihi nisabnya yakni 85 gram (mengikuti harga Buyback emas pada hari dimana zakat akan ditunaikan), kadar zakat emas adalah 2,5%. Sementara itu, zakat perak wajib ditunaikan jika perak yang dimiliki telah mencapai atau melebihi nisab sebesar 595 gram, kadar zakatnya ialah 2,5% dari perak yang dimiliki.

## 5. Zakat Saham

Zakat saham adalah zakat yang dilakukan atas kepemilikan saham atau surat bukti persero dalam suatu Perusahaan Terbatas (PT), sesuai dengan nilai dan jumlah lembar sahamnya. Zakat saham wajib ditunaikan jika total harga saham bersama dengan keuntungan investasi (Dividen) sudah mencapai nisab dan sudah mencapai haul. Selain itu, zakat saham yang hendak dibayarkan oleh muzakki (pembayar zakat) dilakukan dalam bentuk saham yang ada di Daftar Efek Syariah (DES). Jika saham tidak tercantum dalam DES, namun bisnis utama saham penerbit tidak bertentangan dengan prinsip syariah, maka hanya dapat diterima sebagai sedekah/infak. Adapun cara menghitung zakat saham dapat dimulai dengan mengetahui batas nisabnya. Nisab zakat saham sama nilainya dengan nisab zakat maal yaitu setara dengan 85 gram emas dengan kadar zakat 2,5% dan sudah mencapai satu tahun atau telah mencapai haul.

### 2.4.4 Syarat-Syarat Wajib Zakat

Syarat wajib zakat dibagi kedalam dua kategori yaitu orang-orang yang diwajibkan atasnya berzakat (Muzakki) dan benda atau harta kekayaan yang wajib dizakati (Abbas, 2017).

1. Syarat-syarat Muzakki (Orang yang diwajibkan Berzakat);

Ulama sepakat bahwa syarat muzakki yang mengeluarkan zakat adalah merdeka, telah sampai umur, berakal, dan nishab yang sempurna. Menurut Azha (2016) syarat wajib muzakki antara lain sebagai berikut:

- a. Merdeka, Umar bin al-Khattab r.a menegaskan

ليس في مال العبد زكاة حتى يعتق

Artinya: *“Harta seorang hamba sahaya tidak dikenakan Zakat, sehingga ia merdeka.”*

- b. Islam. Pemilik dari harta yang ingin dizakati haruslah beragama islam, karena zakat sendiri merupakan salah satu ibadah yang wajib disyariatkan kepada umat islam. Dengan demikian tidak diwajibkan zakat bagi mereka yang bukan seorang muslim atau beragama islam.
2. Menurut Abbas (2017) syarat-syarat harta yang wajib dizakati adalah sebagai berikut:
    - a. Kepemilikan penuh. Milik penuh, yaitu harta tersebut berada dibawah kontrol dan didalam kekuasaan pemilikinya, didalamnya tidak tersangkut hak orang lain, dan ia dapat menikmatinya. Adapun yang menjadi penetapan alasan ini adalah penetapan kepemilikan yang jelas (misalnya harta mereka dalam berbagai ayat al-Qur’an maupun hadits Nabi yang berkaitan dengan Zakat. Misalnya Firman Allah SWT dalam surat At- Taubah ayat 103 dan surat al-Ma’arij ayat 24-25: juga Hadits Nabi dari Mu’adz bin jabal yang diriwayatkan oleh Bukhari dan Muslim

ketika Rasulullah mengutusny ke Yaman, dalam Hadits tersebut terdapat kalimat.

..... ان الله افترض عليهم في أموالهم صدقة تؤخذ من أغنيائهم

*Artinya: "...bahwasanya Allah telah mewajibkan Zakat atas harta-harta mereka, diambil dari orang-orang kaya di antara mereka."* (H.R Bukhari Muslim).

Alasan lainnya, bahwa Zakat adalah pemberian kepemilikan kepada orang-orang yang berhak, yaitu fakir miskin dan yang lainnya, dan pemberian kepemilikan disini merupakan unsur memiliki. Sebab bagaimana mungkin seseorang memberikan kepemilikan kepada orang lain bila ia sendiri bukanlah pemiliknya (Qardhawi, 1996).

- b. Harta tersebut Berkembang. Harta tersebut berkembang atau berpotensi untuk dikembangkan, seperti melalui kegiatan usaha, perdagangan, melalui pembelian saham, atau ditabungkan, baik dilakukan sendiri maupun bersama orang atau pihak lain. Harta yang tidak berkembang atau tidak berpotensi untuk berkembang, maka tidak dikenakan kewajiban Zakat. Kuda untuk berperang atau hamba sahaya, di Zaman Rasulullah saw termasuk harta yang tidak produktif. syarat ini sesungguhnya mendorong setiap muslim untuk memproduktifkan harta yang dimilikinya.

Harta yang diproduktifkan akan selalu berkembang dari waktu ke waktu. Hal ini sejalan dengan salah satu makna zakat secara bahasa, yaitu Annamaa'berkembang atau bertambah.

- c. Sampai atau cukup Nisab. Jumlah harta yang dimiliki selain kebutuhan pokok (rumah, pakaian, kendaraan, dan perhiasan yang dikenakan) setelah melebihi batas minimal wajib zakat yaitu 85 gram emas 24 karat. Rumah disini adalah rumah tempat tinggal dan kendaraan yang digunakan bagi dirinya. Sedangkan pakaian yang disewakan termasuk jenis harta yang wajib dizakati sebagaimana kebun yang menghasilkan. Dua jenis harta ini memiliki peran ganda dengan kondisi berbeda yaitu manakala kebun, kontrakan, kendaraan, dan peralatan kecantikan menghasilkan rezeki maka harus dikeluarkan zakat darinya. Nishab adalah ukuran atau batas terendah yang ditetapkan agama untuk menjadi pedoman dalam menentukan kewajiban zakat. Jika telah sampai ukuran tersebut dan telah memenuhi syarat-syarat yang lain, maka pemiliknya wajib mengeluarkan zakat.
- d. Haul (genap satu tahun hijriyah). Syarat ini berlaku untuk zakatnya ternak, emas dan perak, harta simpanan dan perniagaan. Sedangkan hasil pertanian,

buah-buahan dan rikaz (barang temuan) tidak disyaratkan haul, tetapi wajib zakat pada saat panen.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa syarat muzakki antara lain yaitu beragama Islam, merdeka. Sedangkan syarat harta yang akan dizakati adalah berkepemilikan penuh, harta yang berkembang, telah mencapai nishab, dan telah mencapai haul (genap satu tahun hijriyah).

#### **2.4.5 Mustahik (Orang- orang yang berhak menerima Zakat)**

Zakat yang dikumpulkan oleh lembaga pengelola zakat, harus segera disalurkan kepada para mustahiq sesuai dengan skala prioritas yang telah disusun dalam program kerja. Zakat tersebut harus disalurkan kepada para mustahiq sebagaimana tergambar dalam surah At-Taubah ayat 60 yaitu fakir, miskin, ‘amil, muallaf, riqab (memerdekakan budak belian), gharim (orang yang berhutang), fi sabilillah (di jalan Allah SWT), dan ibnu sabil (Hafidhuddin, 2002). Mekanisme pelaksanaan kutipan zakat dilakukan oleh pemerintah yang diambil dari golongan yang kaya dan diberikan kepada golongan asnaf yang tersebut di atas (Zuhayly, 2008). Namun, para ulama berbeda pendapat dalam perkara pendistribusian zakat. As-Syafi'iyah berpendapat bahwa zakat wajib diberikan kepada semua golongan tersebut. Ia mengartikan Lam dalam ayat tersebut bertujuan tamlik atau pemilikan dan secara bersama mendapatkan hak atas zakat dengan pengertian bahwa waw adalah bertujuan lil tasyri' (Alba'ly 2006).

Zakat secara jelas ditujukan kepada golongan-golongan yang telah ditetapkan dan menjadi hak bersama mereka. Pendistribusian zakat merupakan tanggung jawab imam atau pihak yang mewakilinya, yang dikenal sebagai amil zakat. Bagian untuk amil diberikan sebagai kompensasi atas pekerjaan yang mereka lakukan. Namun, jika pendistribusian dilakukan langsung oleh pemberi zakat atau wakilnya sendiri, maka bagian untuk amil tidak lagi berlaku.

Menurut pandangan mazhab as-Syafi'iyah, zakat dibagikan kepada golongan-golongan yang memenuhi syarat tanpa harus melibatkan kurang dari tiga orang pada setiap golongan tersebut. Sedangkan Al-Hanafiyyah dan Al-Malikiyyah mengharuskan pembagian zakat kepada seorang dari golongan tersebut dan Sunnah jika diberikan kepada semua golongan yang delapan. Mereka berpendapat bahwa lam pada ayat tersebut adalah lam dengan maksud kepunyaan, seperti kalimat; "Rumah itu memiliki pintu." (Alba'ly 2006). Perbedaan pendapat antara ulama tidak memberi kesan terhadap penafsiran asnaf zakat. Allah SWT telah berbicara dengan tegas dalam menentukan golongan-golongan yang berhak menerima zakat. Perintah tersebut terdapat dalam Surah At-Taubah ayat 60:

﴿نَمَا الصَّدَقَاتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبُهُمْ وَفِي  
 الرِّقَابِ وَالْغَرَمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَأَبْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ

٦٠

Artinya: “*Sesungguhnya zakat itu hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, para amil zakat, orang-orang yang dilunakkan hatinya (mualaf), untuk (memerdekakan) para hamba sahaya, untuk (membebaskan) orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk orang-orang yang sedang dalam perjalanan (yang memerlukan pertolongan), sebagai kewajiban dari Allah. Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana.*”.(Q.S At-Taubah [9]: 60).

Berdasarkan firman Allah dalam surah At-taubah ayat 60 diatas Berikut adalah orang-orang yang berhak untuk menerima zakat:

1. Fakir. Yang dimaksud dengan orang fakir adalah orang yang tidak memiliki harta ataupun usaha yang tidak memadai, sehingga sebagian besar kebutuhannya tidak dapat terpenuhi. Walaupun memiliki rumah sebagai tempat tinggal, pakaian yang pantas bagi dirinya, ia tetap dianggap fakir selama sebagian besar kebutuhan hidup yang diperlukannya tidak terpenuhi (Nasution, 1995).

Dalam al-Fiqhul Muyassar dijelaskan bahwa orang-orang fakir adalah orang yang tidak berharta dan orang yang tidak berpenghasilan atau punya harta atau penghasilan tetapi tidak mencukupi, seperti orang yang membutuhkan sepuluh tetapi hanya punya dua (al-hamida, 1994).

2. Miskin. Miskin adalah golongan orang yang mempunyai harta untuk mencukupi kebutuhan hidup, namun tidak memenuhi standar atau orang yang lemah dan tidak berdaya (cacat) karena telah berusia lanjut, sakit atau karena akibat peperangan, baik yang mampu bekerja maupun tidak, tetapi tidak memperoleh penghasilan yang memadai untuk menjamin kebutuhan sendiri dan keluarganya (Bariadi, dkk 2005)

Para ulama berpendapat bahwa fakir dan miskin adalah dua kata yang mempunyai arti sama yaitu orang yang serba kekurangan atau yang benar-benar membutuhkan. Ada pula yang digabung mengatakan bahwa dua kata ini memiliki arti yang berbeda karena kalau keduanya mempunyai arti yang sama, niscaya Allah SWT tidak perlu menyebut dua kali dengan istilah yang berbeda. Bahkan Syaikh Athiyah Salim menyatakan bahwa miskin lebih beruntung daripada faqir, karena Allah SWT menyebut miskin sebagai pemilik perahu (kapal) dalam kisah al-Khidr bersama Nabi Musa AS (yahya, 2006)

3. Amil Zakat. Amil zakat Adalah orang yang ditugaskan oleh Imam atau juga kepala pemerintah untuk mengumpulkan zakat dan mengurus pengelolaannya. Mereka hendaklah diambil dari kalangan kaum Muslimin, bukan dari golongan orang yang tidak dibenarkan menerima zakat. Syarat menjadi ‘amil, harus mengetahui masalah-masalah zakat, sehingga harus mengerti bagaimana mengumpulkan dan membagikannya, ia harus jujur, sebab tugas itu merupakan amanat, maka orang yang fasik, pemabuk maupun orang-orang yang suka menyeleweng, tidak boleh menjadi ‘amil (Yahya, 2006)

Sebenarnya ‘amil memberi pengertian yang lebih luas dari apa yang dipahami oleh sebagian masyarakat hari ini. ‘Amil merangkumi pencatat, pendistribusi zakat, penjaga harta zakat dan siapa saja yang terkait dalam mekanisme zakat seperti juga juru kira dan penyalur zakat (Rifa'i dkk, 1997)

4. Muallaf. Muallaf adalah... termasuk orang-orang yang diharapkan agar hatinya lembut terhadap Islam, yakni orang yang baru masuk Islam dan belum tegar dalam keislamannya atau orang yang berpengaruh di kalangan masyarakatnya serta orang yang diharapkan mampu membawa kelompoknya kepada Islam atau orang yang berpengaruh dan berbahaya bagi Islam (Nata dkk, 1999).

Pada saat sekarang mungkin bagian muallaf ini dapat diberikan kepada lembaga-lembaga dakwah yang

mengkhususkan garapannya untuk menyebarkan Islam di daerah-daerah terpencil dan di suku-suku terasing yang belum mengenali Islam. Atau juga dapat dialokasikan pada lembaga-lembaga dakwah yang bertugas melakukan balasan dan jawaban terhadap pemahaman-pemahaman buruk tentang Islam yang dilontarkan oleh misi-misi agama tertentu yang kini sudah menjadi merajalela. Atau juga mungkin diberikan kepada lembaga-lembaga yang biasa melakukan training-training keislaman bagi orang-orang yang baru masuk Islam (Hafidhuddin 2002)

5. Riqab. Riqab adalah budak yang akan membebaskan dirinya. Untuk membebaskan diri harus menebusnya dengan sejumlah uang dengan Tuannya. Karena itu, ia perlu mendapat bantuan, maka ia berhak menerima zakat (Rifa'i dkk 1997). Sejalan dengan perkembangan zaman, budak dalam arti harfiah seperti pada masa pra Islam mungkin sudah tidak ada lagi, tetapi perbudakan dalam bentuk lain masih banyak. Misalnya, masyarakat Islam yang tertindas baik oleh penjajahan atau dominasi golongan lain (Bariady, dkk 2005)
6. Gharim. Gharim adalah orang yang berhutang. Mereka bermacam-macam. Antaranya, orang yang memikul hutang untuk mendamaikan sengketa, atau orang yang menjamin hutang orang lain sehingga harus membayarnya hingga menghabiskan hartanya. Atau juga orang yang terpaksa berhutang karena memang membutuhkan untuk keperluan

hidup atau membebaskan dirinya dari maksiat. Mereka semua berhak mendapatkan zakat yang cukup untuk melunasi hutangnya (Sabiq, 1987). Bagi gharim yang berhak menerima zakat harus memenuhi persyaratan, yaitu, pertama dia tidak memiliki sesuatu yang dengannya bisa membayar hutangnya, kedua hutangnya dalam rangka ibadah (amal shaleh), ketiga hutangnya bertambah, keempat hutangnya itu berkaitan dengan hak manusia bukan hak Allah, kelima penghutang adalah muslim (Yahya, 2006)

7. Sabilillah. Sabilillah adalah yang menyampaikan kepada keridhaan Allah SWT, baik berupa ilmu maupun amal. Sedangkan jumbuh ulama berpendapat bahwa yang dimaksud sabilillah adalah berperang. Bagian sabilillah itu diberikan kepada tentera sukarelawan yang tidak mengharapkan gaji dari pemerintah, maka orang inilah yang berhak menerima zakat baik dia kaya maupun miskin. Besarnya jumlah zakat yang diberikan kepada mereka disesuaikan dengan biaya perjalanan, pengadaan perlengkapan persenjataan dan alat-alat pengangkutan yang dibutuhkannya. Jika setelah menerima zakat itu ternyata ia tidak jadi melakukan jihad, maka harta yang diambilnya wajib dikembalikan (Nasution, 1995 )

Termasuk fisabilillah adalah menafkahkan kepada guru-guru sekolah yang mengajar ilmu syariat dan ilmu-ilmu lainnya yang diperlukan oleh masyarakat umum (Kasim, 2005)

Sebagian ulama memperluas lingkungan fisabilillah, yaitu merangkumi semua pendekatan diri kepada Allah SWT. Justru, tiap orang yang berusaha taat kepada Allah SWT dan menjalankan kebajikan dapat dikategorikan fisabilillah (Kasim 2005).

8. Ibnu Sabil. Ibnu sabil adalah orang yang melaksanakan perjalanan dengan tujuan kebaikan, tetapi ia kekurangan biaya untuk mencapai tujuan dari perjalanan itu. Dengan zakat, diharapkan ia sampai ke tujuan. Para ulama berbeda pendapat sekiranya perjalanan itu mubah (harus) atau perjalanan yang tidak bersifat wajib. Imam as-Syafie berpandangan, seorang yang melakukan perjalanan mubah diharuskan menerima zakat. Manakala Imam Malik dan Imam Ahmad berpandangan bahwa orang yang berhak menerima zakat hanyalah musafir yang berada di negeri orang. Jika dia berada di negerinya sendiri, dia tidak boleh menerima zakat (Kasim, 2005)

## 2.5 Infaq

Secara bahasa, infaq berasal dari bahasa arab yaitu dari isim masdar dengan lafaz kata kerja yaitu *Anfaqa-Yunfiq-Infaq*. yang memiliki arti habis (menghabiskan harta), mengeluarkan (sesuatu), membelanjakan, memberikan. Sedangkan secara istilah, Infaq adalah tindakan seseorang dalam mengeluarkan sebagian dari hartanya untuk kebaikan/kepentingan tertentu yang dibolehkan oleh Syariat Islam (Hafidhuddin, 1998). Imam Taqiyuddin An-Nabhani

dalam bukunya *Nizam al-iqtishadi fil Islam* menyebutkan bahwa infak adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang dengan cara mengeluarkan hartanya tanpa mengharap timbal balik, karena jika mengharap timbal balik tidak bisa dikatakan infak. Secara terminologi, Infak juga dapat didefinisikan sebagai sebagian harta yang dikeluarkan oleh seseorang untuk kebaikan/kepentingan tertentu yang dibolehkan dalam Islam yang bersifat umum (boleh dilaksanakan oleh semua lapisan masyarakat dan tidak ditentukan besar/kecilnya kadar infak yang harus dikeluarkan). Sedangkan menurut Mardani (2016) infak diartikan sebagai perbuatan atas sesuatu yang diberikan oleh seseorang untuk menutupi kebutuhan orang lain baik berupa makanan, minuman, dan sebagainya, juga mendermakan atau memberikan sesuatu kepada orang lain berdasarkan rasa ikhlas karena Allah ta'ala.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa infak adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang dalam hal mengeluarkan sebagian daripada harta yang dimilikinya untuk diberikan kepada orang/pihak lain yang dapat memberikan manfaat/kebaikan atau untuk kepentingan tertentu yang dibolehkan dalam ketentuan agama Islam serta tidak mengharap timbal balik atas apa yang telah diinfakkan, kemudian infak bersifat umum/fleksibel (boleh dilakukan oleh semua orang dan sesuai dengan kemampuan harta yang dimilikinya, serta pengalokasiannya dibebaskan selama masih dalam lingkup yang dibolehkan dalam

syariat Islam), adapun tujuan daripada infaq adalah untuk meraih kemaslahatan umat (bersama).

### **2.5.1 Perbedaan Zakat dan Infaq**

Ada beberapa perbedaan antara zakat dengan infaq, jika zakat ada nishabnya, infak tidak mengenal nisab. Infak dikeluarkan oleh setiap orang yang beriman, baik yang berpenghasilan tinggi maupun rendah, apakah disaat lapang maupun sempit. Jika zakat harus diberikan kepada mustahik tertentu (8 asnaf), maka infaq boleh diberikan kepada siapapun juga, misalnya untuk kedua orang tua, anak yatim, dan sebagainya (Hafidhudin, 1998).

Hafidhudin (1998) mengatakan bahwa meskipun terdapat beberapa perbedaan antara zakat dan infak, namun tujuan dan hikmahnya relatif sama yaitu sebagai berikut:

- a. Sebagai perwujudan keimanan dan rasa syukur kepada Allah.
- b. Sebagai salah satu upaya untuk membantu para mustahiq agar mencapai kehidupan yang lebih sejahtera.
- c. Meningkatkan dana bagi pembangunan peningkatan kualitas umat, seperti pendidikan, kebudayaan, kesehatan, dan ekonomi.
- d. Untuk masyarakat ketika berusaha dan bekerja.
- e. Untuk melakukan kegiatan pemerataan pendapatan

### **2.5.2 Jenis-jenis Infaq**

Secara hukum, infaq terbagi menjadi empat jenis yaitu (Rosadi, 2019):

- a. Infaq mubah adalah memberikan kekayaan untuk kepentingan bercocok tanam, berjualan.
- b. Infaq wajib, adalah memberikan hartanya untuk perkara yang wajib. Wujud dari infaq ini diantaranya: nadzar, memberi nafkah istri dan keluarga, mahar pernikahan.
- c. Infaq haram, ialah mengeluarkan kekayaan untuk masalah yang haram, seperti halnya infaq orang kafir yang menghalangi syiar Islam.
- d. Infaq sunnah, yakni mengeluarkan kekayaan dengan niatan sedekah. Infaq sunnah memiliki dua jenis yaitu infaq untuk jihad dan infaq pada yang membutuhkan.

### **2.5.3 Keutamaan dan Hikmah Infaq**

Infak memiliki hikmah yang besar, baik bagi orang yang mengeluarkannya maupun orang yang memberinya. Hikmah infaq menurut El batani (2010) adalah sebagai berikut:

- 1) Mendapatkan Naungan Allah Pada Hari Kiamat
- 2) Melipatgandakan Rezeki Infak tidak akan mengurangi harta, tetapi sebaliknya infak adakan melipatgandakan rezeki sebanyak sepuluh kali lipat.
- 3) Menyelamatkan Dari Siksa Neraka dan sebagai sebab masuk surga

- 4) Mengikis Sifat Bakhil Salah satu sifat tercela yang bisa melekat pada diri manusia adalah bakhil atau kikir. Infaq mampu mengikis sifat bakhil sampai akar-akarnya.
- 5) Menolak Musibah Setiap orang sudah ditentukan kapan dia akan terkena musibah atau bala dalam hidupnya. Dalam hadits Rasulullah SAW., terdapat satu amalan yang dapat menolak musibah yaitu sedekah. Oleh sebab itu, biasakanlah bersedekah setiap pagi saat akan memulai aktifitas.
- 6) Membantu Mustadh'afin Memenuhi Kebutuhan yang mendesak Infak dan sedekah dapat dilakukan kapan saja, sehingga membantu mustadh'afin (orang lemah) untuk memenuhi kebutuhannya yang mendesak lewat pemberian infak yang mereka terima dari kita.

## 2.6 Sedekah

Sedekah secara etimologi berasal dari kata shadaqa yang berarti benar, dan dapat dipahami dengan memberikan atau mendermakan sesuatu kepada orang lain. Dalam konsep ini, sedekah merupakan wujud dari keimanan dan ketaqwaan seseorang. Artinya orang yang suka bersedekah adalah orang yang benar pengakuan imannya. Sedangkan menurut terminologi syariat Islam, sedekah sama dengan pengertian infaq, termasuk juga hukum dan ketentuan-ketentuannya. Sisi perbedaan hanya terletak pada bendanya. Artinya, infaq berkaitan dengan materi, sedangkan sedekah berkaitan dengan materi dan non materi (Mu'is 2011)

Sedekah juga dapat diartikan memberikan sesuatu untuk orang lain. Sedekah berasal dari kata shadaqa yang berarti betul, artinya shadaqah ialah bentuk ketakwaan seseorang, bahwa seseorang yang bershadaqah yaitu orang yang membetulkan pengakuannya sebagai orang yang bertakwa melalui amal perbuatan positif kepada sesamanya, baik berbentuk materi atau non materi (Budiman, 2012). Sedekah merujuk pada tindakan memberikan berupa materi atau non-materi kepada orang atau pihak lain dengan tujuan mendapatkan pahala dari Tuhan tanpa mengharapkan imbalan (Saputra, 2022). Dari segi spiritual, sedekah merupakan usaha untuk mendekati diri kepada Tuhan, sementara dari perspektif sosial, sedekah dapat meningkatkan perekonomian penerima atau mustahik (Kholiq, 2012), sekaligus memperkuat hubungan harmonis antara pemberi dan penerima. Bahkan, sedekah mampu memberikan kebahagiaan kepada pemberi sedekah (Rusdi, dkk., 2018)

Dari pengertian sedekah di atas maka dapat disimpulkan bahwa sedekah yaitu perbuatan mengeluarkan atau melakukan sesuatu dengan harta (materi) atau non materi. Dapat dalam bentuk pemberian benda atau uang, tenaga atau jasa, mengucapkan takbir, tahmid, tahlil, bahkan yang paling sederhana adalah tersenyum kepada orang lain dengan ikhlas.

Dalam Islam, sangat ditekankan dan menganjurkan umatnya untuk bersedekah. Hal ini dikarenakan di dalam harta seseorang terdapat hak orang lain (Adz-dzariyat: 19). Fungsi bersedekah

tidak hanya sebagai wujud kepedulian terhadap sesama, tetapi juga sebagai cara untuk menjauhkan harta dari ketidakberkahan. Oleh karena itu, sedekah juga mencerminkan keimanan dan ketaqwaan seseorang, menunjukkan bahwa seseorang yang gemar bersedekah adalah orang yang sungguh-sungguh mengakui imannya (Lapopo, 2017).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sedekah adalah bentuk pemberian dari seseorang kepada orang lain, baik berupa harta maupun non-harta, yang diniatkan sebagai ibadah dengan harapan mencapai derajat tertinggi di sisi Allah dan dapat memberikan masalah kepada sesama.

## **2.7 *Fintech Crowdfunding***

Fintech merupakan salah satu inovasi dibidang finansial yang mengacu pada teknologi modern. Menurut Clayton, Inovasi tersebut bertujuan untuk memperkenalkan kepraktisan, kemudahan akses, kenyamanan dan biaya yang ekonomis. Sejak munculnya Fintech di Indonesia, penggunaan teknologi menunjukkan perkembangan yang pesat (Kesuma & Nurbaiti, 2023). Dengan adanya fintech, masyarakat terpencilpun bisa menggunakan layanan keuangan yang berbasis teknologi, tanpa harus menempuh jarak yang jauh untuk mendapatkan layanan keuangan (Nikmatuzaroh, 2019). Fintech atau financial technology adalah salah satu inovasi layanan jasa keuangan berbasis teknologi.

Seiring berkembangnya zaman, keberagaman industri fintech meluas tidak hanya pada aplikasi perbankan, tetapi juga bidang jasa keuangan (Payment), pendanaan (Funding), perbankan digital (Digital Bank), perasuransian (Insurance Technology), pasar modal (Capital Market), serta jasa pendukung layanan keuangan lainnya (Supporting Fintech) (Soemarsono & Sofianti, 2021). Melalui beberapa teknologi keuangan ini, dapat membantu kita menempatkan dana yang kita miliki ke dalam alat investasi atau asuransi yang tepat (Wahjono et al., 2023).

Crowdfunding, jenis fintech yang pertama adalah crowdfunding, sebuah bentuk penggalangan dana yang dilakukan melalui dunia maya untuk melakukan pembiayaan terhadap proyek tertentu. Pada tahun 2021 platform securities crowdfunding di Indonesia sejumlah 32 yang terdiri dari 6 penyelenggara yang sudah berizin OJK seperti Santara, Bizhare, Crowddana, Landx, Dana Saham dan Shafiq sedangkan platform securities crowdfunding yang sudah full Syariah yaitu e-Syirkah, UrunRI.id, Shafiq, Vesrora, dan Xaham (Naldi & Muljaningsih, 2022).

### **2.7.1 *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)***

QRIS merupakan sebuah standar pembayaran berupa kode QR yang ditetapkan oleh Bank Indonesia untuk mendukung dan memfasilitasi pembayaran digital di Indonesia, sebagai upaya untuk mendorong terwujudnya sistem pembayaran yang terintegritas

(Sriekaningsih, 2020). QRIS merupakan penyatuan berbagai macam QR Code pembayaran dari semua Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dan Industri Sistem Pembayaran. Saat ini QRIS telah terintegrasi di aplikasi mobile banking dan mobile payment, serta didukung oleh 69 Penyelenggara layanan keuangan, baik Bank maupun Non Bank (Bank Indonesia, 2020). Bank Indonesia melakukan peresmian QRIS dengan tema QRIS UNGGUL, yang mempresentasikan karakteristik yang ditawarkan QRIS sebagai sistem pembayaran era digital, yaitu Universal, Gampang, Untung, Dan Langsung. Peresmian QRIS sebagai sebuah metode pembayaran baru berbasis QR Code merupakan salah satu bentuk implementasi Visi Sistem Pembayaran Indonesia (SPI) 2025.

Ketentuan dalam transaksi pembayaran QRIS tercantum dalam Peraturan Anggota Dewan Gubernur Bank Indonesia No.21/18/PADG/2019 tentang Implementasi Standar Nasional Quick Response Code untuk Pembayaran. QRIS memiliki 2 model penggunaan, yang pertama yaitu Merchant Presented Mode (MPM) dan yang kedua Customer Presented Mode (CPM) (Sriekaningsih, 2020). Merchant Presented Mode merupakan pembayaran melalui QR Code QRIS yang disediakan oleh merchant atau penjual. Pada metode ini, konsumen atau pengguna hanya perlu melakukan scan pada QR Code yang telah disediakan. Merchant Presented Mode memiliki 2 bentuk, yaitu Statis dan Dinamis (Ardito et al., 2021). Sedangkan Customer Presented Mode (merupakan metode terbaru

yang masih dalam tahap pengembangan. Pada metode ini konsumen cukup menunjukkan Kode QRIS yang ditampilkan dari aplikasi pembayaran miliknya dan kemudian akan discan oleh merchant (Bank Indonesia, 2020).

### **2.7.2 Definisi Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)**

Quick Response Code Indonesian Standard adalah sebuah sistem pembayaran baru yang resmikan penggunaannya oleh Bank Indonesia sejak 1 22 Januari 2020 (Azzahroo & Estiningrum, 2021). QRIS disusun dengan menggunakan standar internasional europay, mastercard, visa (EMV) Co. Standar ini diadopsi untuk mendukung interkoneksi yang lebih baik dan bersifat open source serta mengakomodasi kebutuhan spesifik negara sehingga memudahkan interoperabilitas antar penyelenggara, antar instrumen, termasuk antar negara. Saat ini standar tersebut juga telah digunakan di berbagai negara seperti India, Thailand, Singapura, Malaysia, Korea Selatan, dan lain-lain. Menurut Pramitha & Kusumaningtyas, (2020) Bank Indonesia sendiri mengusung tema semangat “UNGGUL” dari adanya QRIS, yaitu:

1. Universal QRIS bersifat inklusif, digunakan untuk seluruh lapisan masyarakat dan bisa digunakan untuk transaksi pembayaran di domestik maupun luar negeri.
2. Gampang Masyarakat bisa bertransaksi dengan mudah dan aman, cukup dengan menggunakan smartphone/ponsel.

3. Untung QRIS menguntungkan pembeli dan penjual karena transaksi berlangsung efisien melalui satu kode QR yang bisa digunakan untuk semua aplikasi pembayaran pada ponsel.
4. Langsung pembayaran dengan QRIS langsung diproses seketika.

QRIS merupakan inovasi kreatif dalam pengembangan teknologi yang diaplikasikan pada bidang keuangan sehingga memudahkan masyarakat untuk bertransaksi yang awalnya manual (menggunakan uang tunai) menjadi cashless, sehingga hal ini memiliki kaitan antara kreatif dan teknologi. Persoalan mengenai muamalah dalam ajaran Islam, tidak diatur secara terperinci, melainkan lebih membahas mengenai aturan-aturan pola transaksi, prinsip-prinsip, dan kaidah-kaidah secara umum, sehingga transaksi muamalah dapat dikembangkan sesuai dengan perkembangan zaman (Djazuli, 2007). Hal tersebut sesuai dengan sebuah kaidah ushul yang berbunyi :

الأصل في المعاملة إلا باحة حتى يدل دليل على تحريمها

Artinya: “Artinya: *“Hukum asal dalam muamalah adalah kebolehan sampai ada dalil yang menunjukkan keharamannya”*”

Pengembangan ilmu teknologi tentu harus didorong dengan menambahkan ilmu pengetahuan yang pada akhirnya dapat dikembangkan menjadi teknologi modern sehingga dapat

bermanfaat bagi umat manusia, sebagaimana Allah berfirman dalam surah Yunus: 101 yang berbunyi:

قُلْ انظُرُوا مَاذَا فِي السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَمَا تُغْنِي الْآيَاتُ وَالنُّذُرُ عَنْ قَوْمٍ لَّا  
يُؤْمِنُونَ

Artinya: "Katakanlah: "Perhatikanlah apa yang ada di langit dan di bumi. Tidaklah bermanfaat tanda kekuasaan Allah dan rasul-rasul yang memberi peringatan bagi orang-orang yang tidak beriman". (Q.S Yunus [10]: 101).

Ayat ini mendorong umat manusia untuk memperhatikan segala ciptaan di alam semesta dengan memanfaatkan sarana dan prasarana yang tersedia, termasuk teknologi, guna meningkatkan keimanan. Melalui pemahaman ayat ini, dapat disimpulkan bahwa penggunaan teknologi digital diizinkan secara normatif untuk mempermudah masyarakat (Fadli, 2023). Surah Yunus ayat 101 ini dapat menjadi inspirasi bagi lembaga filantropi Islam untuk menghadirkan layanan terbaik bagi para muzakki, sekaligus mempermudah umat Muslim dalam melaksanakan berbagai amal kebaikan tanpa hambatan.

### **2.7.3 Instrumen Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS)**

*Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS)* adalah sebuah sistem standar pembayaran digital di Indonesia yang menggunakan QR Code untuk melakukan transaksi keuangan. QRIS

memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran dengan mudah dan cepat menggunakan smartphone atau perangkat lain yang dapat membaca QR Code. instrumen-instrumen terkait dengan QRIS yang dijelaskan dalam Azwar (2023) diantaranya adalah:

1. Kode QRIS. Kode QRIS merupakan instrumen utama dalam dalam penggunaan QRIS, selain itu QRIS berupa gambaran dua dimensi yang dapat dipindai oleh perangkat pembaca QR, seperti kamera ponsel pintar. QR Code ini mengandung informasi yang diperlukan untuk melakukan transaksi seperti nomor rekening, jumlah pembayaran dan informasi lainnya.
2. Aplikasi pembayaran. Aplikasi pembayaran yang kompatibel dengan QRIS memungkinkan pengguna untuk mengirim atau menerima pembayaran menggunakan QR Code. Ini dapat dilakukan melalui aplikasi perbankan, dompet digital, atau aplikasi khusus pembayaran QRIS yang disediakan oleh penyedia layanan.
3. Merchant (pedagang). Pedagang atau penyedia layanan yang menerima pembayaran menggunakan QRIS harus memiliki kemampuan untuk menghasilkan QR Code yang sesuai dengan standar QRIS. Mereka juga harus memiliki perangkat pembaca QR untuk menerima pembayaran.
4. Nasabah atau konsumen. Nasabah atau konsumen adalah pihak yang menggunakan instrumen QRIS untuk melakukan pembayaran. Mereka dapat memindai kode QR yang

diberikan oleh pedagang atau penyedia layanan menggunakan aplikasi pembayaran mereka.

5. Penyelenggara QRIS. Penyelenggara QRIS yakni adalah pihak yang bertanggung jawab untuk mengatur dan mengelola standar QRIS serta infrastruktur yang mendukung transaksi menggunakan QRIS. Di Indonesia Bank Indonesia adalah lembaga yang mengawasi implementasi QRIS.
6. Bank Lembaga Keuangan. Bank dan Lembaga Keuangan berperan dalam menyediakan dukungan teknis dan infrastruktur untuk QRIS, termasuk pengembangan aplikasi pembayaran dan integrasi dengan sistem perbankan.
7. Regulasi dan Kebijakan. Instrumen ini mencakup peraturan dan kebijakan yang dikeluarkan oleh pihak berwenang, seperti Bank Indonesia, yang mengatur penggunaan dan implementasi QRIS untuk memastikan keamanan, kenyamanan, dan efisiensi transaksi.

Pada tahun 2016, BAZNAS menyatakan bahwa teknologi informasi adalah salah satu solusi utama untuk pengelolaan zakat nasional. Pemanfaatan sistem digital merupakan salah satu inovasi untuk pengelolaan dana zakat. Dewan Gubernur No. 21/18/PADG/2019 tentang Implementasi QRIS untuk Pembayaran. Sebagaimana kita ketahui dan kenal seperti apa QR Code tersebut, yang bisa digunakan bahkan tidak hanya untuk pembayaran. Namun disini yang dibahas adalah QR Code untuk pembayaran. Dimana seluruh masyarakat yang memeluk agama Islam dapat

memanfaatkan teknologi ini dengan sebaik baiknya guna memenuhi kewajibannya sebagai seorang muslim yaitu menunaikan zakat serta melaksanakan sunnah-sunnahnya dengan menyalurkan Infaq/shadaqah. Harapannya dengan ada terobosan besar yang memberikan kemudahan dalam menunaikan ZIS menumbuhkan serta memaksimalkan minat masyarakat untuk menunaikan Zakat, infaq dan sedekahnya (Mutiarazora, 2021).

## **2.8 Penelitian Terdahulu**

Zaeni & Abduh (2024) melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh literasi zakat dan kepercayaan terhadap minat masyarakat membayar zakat menggunakan platform digital pada BAZNAS di provinsi Banten secara parsial dan simultan. Jenis penelitian ini menggunakan kuantitatif. Data yang diperoleh adalah data primer dengan sampel sebanyak 100 orang responden, dianalisis dengan regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS 26. Hasil uji linier berganda menyatakan bahwa variabel literasi zakat mempunyai pengaruh sebesar 0,232 terhadap minat membayar, dan kepercayaan mempunyai pengaruh sebesar 0,258 terhadap minat membayar. Nilai Koefisien Determinasi menunjukkan kepuasan dalam pengaruh literasi zakat dan kepercayaan sebesar 63,0% dan sisanya sebesar 37,0% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dari hasil uji t dapat ditarik kesimpulan bahwa secara parsial variabel literasi

zakat dan kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat membayar zakat menggunakan platform digital.

Pada tahun yang sama Miladiyah (2024) juga melakukan penelitian dengan Tujuan untuk mengetahui seberapa banyak masyarakat Nahdlatul Ulama yang sudah mengetahui adanya aplikasi NU Online yang dimana mempunyai fitur untuk mempermudah bayar zakat, infak dan sedekah, dan memberikan kepercayaan terhadap keamanan bertransaksi secara online. Metode penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Teknik penentuan sampel menggunakan metode probability sampling, yang menggunakan rumus slovin yang termasuk dalam teknik simple random sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Pertama, variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat bayar zakat, infak dan sedekah melalui aplikasi NU Online. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil nilai signifikan 0.010 yang lebih kecil dari 0.05 dengan nilai t hitung 2.629 lebih besar dari t tabel 1.99601. Kedua, variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat bayar zakat, infak dan sedekah melalui aplikasi NU Online. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil nilai signifikan 0.00 lebih kecil dari 0.05 dengan nilai t hitung 5.723 lebih besar dari t tabel 1.99601.

Rahmawati & Zaman (2023) melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui mengenai pengaruh persepsi

masyarakat terhadap kemudahan berdonasi dan efektifitas penggunaan fintech dalam membayar zakat dan sedekah pada aplikasi Kitabisa.com. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Pengumpulan sampel menggunakan metode purposive sampling dengan pertimbangan masyarakat yang memiliki aplikasi kitabisa.com di Desa Sumberbendo Kecamatan Pare. Total populasi adalah 5.415, sedangkan sampel diperoleh 225 narasumber. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner menggunakan google form dengan pernyataan-pernyataan yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Untuk menguji hipotesis menggunakan uji regresi linier berganda melalui aplikasi SPSS. Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa persepsi terhadap kemudahan serta efektifitas penggunaan fintech berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat dan sedekah melalui aplikasi Kitabisa.com.

Akbar & Burhan (2023) penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana pengaruh dari persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas, dan risiko penggunaan digital fundraising terhadap minat pembayaran dana ZIS. Populasi penelitian ini adalah masyarakat Kota Malang yang menggunakan digital fundraising untuk membayar ZIS. Sampel yang diambil sebanyak 123 responden dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Data dianalisis menggunakan analisis Structural Equation Modeling dengan alat SmartPLS. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat pembayaran ZIS menggunakan digital fundraising (secara online), variabel Efektivitas berpengaruh signifikan terhadap minat pembayaran ZIS menggunakan digital fundraising (secara online), dan variabel Risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pembayaran ZIS menggunakan digital fundraising (secara online).

Maulidya (2022) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, risiko dan efektivitas terhadap minat menggunakan platform crowdfunding berbasis QR code pada masyarakat muslim di Kota Jambi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana hipotesis diuji melalui uji regresi linear berganda. Penelitian ini menggunakan teknik sampel menggunakan rumus slovin yang berjumlah 100 orang yaitu masyarakat muslim di Kota Jambi yang pernah menggunakan platform crowdfunding berbasis QR code. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh persepsi kemudahan, risiko dan efektivitas terhadap minat menggunakan platform crowdfunding berbasis QR code pada masyarakat muslim di Kota Jambi secara parsial dan simultan. Variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan melalui pembuktian uji statistik dengan nilai  $t$  hitung sebesar 8,722 lebih besar dari  $t$  tabel 1,664 nilai Sig 0,008 < 0,05, variabel risiko berpengaruh negatif dan signifikan melalui uji statistik dengan nilai  $t$  hitung 9,554 lebih besar dari  $t$  tabel 1,664 nilai Sig 0,003 < 0,05, variabel efektivitas berpengaruh positif dan

signifikan melalui pembuktian uji statistik dengan nilai  $t$  hitung 11,063 lebih besar dari  $t$  tabel 1,664 nilai Sig  $0,000 < 0,05$  terhadap minat menggunakan platform crowdfunding berbasis QR code pada masyarakat muslim di Kota Jambi.

Salam & Yanti (2023) melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas Dan Kepercayaan Terhadap Minat Bayar Zakat, Infak, Sedekah (Zis) Di tokopedia salam studi kasus mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik penentuan sampel menggunakan simple random sampling. Data yang digunakan merupakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui kuesioner yang diisi oleh responden yang menjadi sampel dalam penelitian. Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Data yang diperoleh diolah menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam dengan nilai signifikansi 0.003 dan nilai  $t$  hitung 3.002. Nilai signifikan dan  $t$  hitung variabel religiusitas yaitu 0.010 dan 2.625 artinya variabel religiusitas berpengaruh terhadap minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam. Variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam dengan nilai signifikansi 0.00 dan  $t$  hitung 5.987.

Syarifah (2022) Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh religiusitas, kepercayaan dan digital literacy terhadap minat Muzakki membayar zakat melalui fintech. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang diperoleh dari penyebaran angket. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, uji linearitas, uji regresi linear berganda, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi. Hasil dari penelitian ini adalah variabel religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat Muzakki membayar zakat melalui fintech dibuktikan dari nilai t hitung  $<$  dari t tabel yaitu 0,741 lebih kecil dari t tabel 1,66159 dan nilai sig (0,460)  $>$  0,05. Variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Muzakki membayar zakat melalui fintech dibuktikan dari nilai t hitung  $>$  t tabel yaitu 6,003 lebih besar dari 1,66159 dan nilai sig (0,000)  $<$  0,05. Variabel digital literacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Muzakki membayar zakat melalui fintech dibuktikan dari nilai t hitung  $>$  t tabel yaitu 2,14 lebih besar dari 1,66159 dan nilai sig (0,012)  $<$  0,05. Kemudian variabel religiusitas, kepercayaan dan digital literacy bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat Muzakki membayar zakat melalui fintech dengan hasil F hitung  $>$  F tabel yaitu 29,9006  $>$  2,14 dan nilai sig 0,000  $<$  0,05.

Penelitian yang dilakukan oleh Rohmah & Kosim (2020) ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan berdonasi, dan pengaruh efektivitas penyaluran ZIS menggunakan fintech

crowdfunding. Contoh penelitian ini adalah 86 responden mahasiswa Fakultas Agama Islam UIKA Bogor. Datanya metode pengumpulannya menggunakan kuesioner dan teknis analisis yang digunakan adalah linier berganda regresi. Hasil penelitian menunjukkan variabel Kemudahan Donasi, Kemudahan Minat Menggunakan ZIS Fintech Crowdfunding berpengaruh negatif dengan nilai signifikansi t hitung sebesar 0,253, menunjukkan bahwa jika kemudahan berdonasi semakin mudah digunakan maka minat siswa dalam berbuat ZIS Menggunakan Fintech Crowdfunding akan meningkat. Variabel Efektivitas Penyaluran ZIS Minat Menggunakan Fintech Crowdfunding berpengaruh positif terhadap nilai signifikansi t hitung sebesar 0,000. Disana terlihat keefektifan distribusi memberikan kepercayaan kepada siswa dalam penyelenggaraan ZIS dengan menggunakan Fintech Crowdfunding. Dan menurut hasil analisis ANOVA menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 30,115 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan Berdonasi, Efektivitas Penyaluran berpengaruh secara bersama-sama atau simultan Minat ZIS Menggunakan Fintech Crowdfunding.

Dalam menjabarkan penelitian terdahulu penulis mencantumkan beberapa penelitian yang relevan dengan judul yang akan penulis teliti. Penjabaran ini bertujuan untuk menguatkan bahwa yang akan penulis teliti belum pernah diteliti oleh orang-orang lain pada penelitian terdahulu. Berikut ini beberapa penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti-peneliti yang memiliki

hubungan tentang pengaruh kepercayaan dan efektifitas terhadap minat berzakat sehingga mendorong penulis untuk melakukan penelitian tersebut. Harapannya output penelitian ini dapat dijadikan sebuah rujukan baru bagi pembaca dan penulis yang akan meneliti dengan judul yang sama. Adapun penjabarannya dapat dilihat pada Tabel 2.1 sebagai berikut:

Tabel 2. 1  
Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Miladiyah. F (2024)	Pengaruh Pengetahuan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Bayar Zakat Infak Dan Sedekah Melalui Aplikasi Nu Online Pada Masyarakat Nahdlatul Ulama Kabupaten Bantul  Metode penelitian: Regresi Linear Berganda	menunjukkan bahwa: Pertama, variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat bayar zakat, infak dan sedekah melalui aplikasi NU... Online. Kedua, variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat bayar zakat, infak dan sedekah melalui aplikasi NU Online.	Variabel Independen: Kepercayaan  Variabel Dependen; Minat membayar ZIS	Lokasi Penelitian: Kabupaten Bantul  Variabel Independen: Efektivitas
2.	Zaeni & Abduh (2024)	Pengaruh Literasi Zakat Dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat Menggunakan	Menunjukkan bahwa secara parsial variabel literasi zakat dan kepercayaan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap variabel minat	Variabel Independen: kepercayaan	Objek Penelitian: Baznas Provinsi Banten

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		Platform Digital Pada Baznas Di Provinsi Banten  Metode penelitian; Regresi Linear Berganda	membayar zakat menggunakan platform digital.		Variabel Independen: Efektivitas
2.	Rahmawati, & Zaman, (2023)	Persepsi Masyarakat Terhadap Kemudahan Berdonasi Dan Efektifitas Penggunaan Fintech Dalam Membayar Zakat Dan Sedekah Pada Aplikasi Kitabisa  Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif	Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa persepsi terhadap kemudahan serta efektifitas penggunaan fintech berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat dan sedekah melalui aplikasi Kitabisa.com.	Variabel independen: Efektivitas	Variabel Independen: Kepercayaan  Objek Penelitian:  Desa Sumberbendo Kecamatan Pare  Melalui Kitabisa.com
3.	Akbar & Burhan (2023)	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Dan Risiko Penggunaan Digital Fundraising Terhadap Minat Pembayaran Dana Zakat, Infaq, Dan Shodaqoh (Zis) Pada Lembaga Zakat	menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat pembayaran ZIS menggunakan digital fundraising (secara online), variabel Efektivitas berpengaruh signifikan terhadap minat pembayaran ZIS menggunakan digital fundraising (secara online), dan variabel	Variabel Independen : Efektivitas  Variabel Dependen: Minat berzakat	Variabel Independen: Kepercayaan (Trust)

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			Risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pembayaran ZIS menggunakan digital fundraising (secara online).		
4.	Syarifah, L (2022)	Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan Dan Digital Literacy Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Melalui Fintech.	Menunjukkan bahwa variabel religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat Muzakki membayar zakat melalui fintech. Variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Muzakki membayar zakat melalui fintech. Variabel digital literacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Muzakki membayar zakat melalui fintech. Kemudian variabel religiusitas, kepercayaan dan digital literacy bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat Muzakki membayar zakat melalui fintech.	Variabel Independen: Kepercayaan  Variabel Dependen: Minat Membayar zakat	Variabel Independen: Efektivitas  Melalui Fintech

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
5.	Salam & Yanti (2023)	Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas Dan Kepercayaan Terhadap Minat Bayar Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) Di Tokopedia Salam  Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang	menunjukkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam. Dan variabel religiusitas berpengaruh terhadap minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam. Variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam.	Variabel Independen: Kepercayaan	Variabel Dependen:  Minat Membayar Zakat  Objek Penelitian: Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang
8.	Rohmah & Kosim (2020).	Pengaruh Persepsi Kemudahan Berdonasi, dan Efektivitas Penyaluran Menggunakan Fintech Crowdfunding Terhadap Minat Membayar Zakat, Infaq, Shadaqah.	Menunjukkan variabel Kemudahan Berdonasi Menggunakan Fintech Crowdfunding berpengaruh negatif terhadap minat menunaikan ZIS. Dan Variabel Efektivitas Menggunakan Fintech Crowdfunding berpengaruh positif terhadap minat menunaikan ZIS. Efektivitas Penyaluran Menggunakan Fintech Crowdfunding secara bersama-sama maupun secara simultan berpengaruh terhadap Minat ZIS	Variabel independen: Efektivitas  Variabel dependen: Minat Membayar Zakat	Melalui Platform  Fintech Crowd funding

*Sumber: Data (diolah oleh penulis, 2024)*

## **2.9 Keterkaitan Antar Variabel**

### **2.9.1 Pengaruh Kepercayaan QRIS terhadap minat menunaikan zakat, infaq dan sedekah**

Salah satu yang mempengaruhi Minat berzakat adalah Kepercayaan (Anggraini & Indriani, 2022). Sedangkan Budi (2014) menyatakan kepercayaan merupakan keyakinan untuk menjalin hubungan. Setiadi (2013) mengungkapkan bahwa kepercayaan adalah gagasan yang dimiliki terhadap sesuatu. Kepercayaan tersebut dapat berupa pengetahuan. Kepercayaan sebagai kesediaan untuk membuat dirinya peka kedalam tindakan yang diambil oleh pihak yang dipercaya yang didasarkan pada keyakinan (Purba *et al.*, 2020). Kepercayaan dalam digital payment didefinisikan sebagai fungsi dari tingkat risiko yang terlibat dalam transaksi keuangan, dan hasil dari kepercayaan mengurangi risiko yang dirasakan, yang mengarah ke niat positif terhadap adopsi penggunaan digital payment (Octavia & Hafizh, 2019). Dalam konteks kegiatan online, pertimbangan utama bagi seorang muzakki adalah apakah mereka memiliki keyakinan terhadap situs yang menyediakan layanan online dan juga percaya pada layanan online yang ditawarkan di dalam situs tersebut. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki peran penting dalam membangun dan menjaga hubungan jangka panjang (Ardianto 2015).

Menurut Santoso (2019) digitalisasi zakat, infak, dan sedekah dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat yang berdampak pada peningkatan pengumpulan dana ZIS. Kepercayaan

merupakan sesuatu yang diyakini oleh orang-orang dalam menggunakan sebuah teknologi. Jika suatu hal tidak terbentuk dari kepercayaan, orang juga akan meragukan penggunaan teknologi tersebut, sehingga dampaknya tidak akan menarik perhatian masyarakat dalam menggunakan pembayaran digital. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Miladiyah (2024) yang mana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat membayar ZIS.

Begitu pula dengan hasil penelitian Zaeni & Abduh (2024) yang mengungkapkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap minat. Namun penelitian Sulisdika & Nurlina (2022) menunjukkan hasil yang berkebalikan, yaitu kepercayaan tidak berpengaruh terhadap intensi berdonasi masyarakat Kota Banda Aceh melalui digital payment.

### **2.9.2 Pengaruh efektivitas QRIS terhadap minat menunaikan zakat, infaq dan sedekah**

Selain kepercayaan, efektivitas juga dapat mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan suatu teknologi tertentu seperti *Financial Technology*. Menurut Karim & Junriana (2016) menjelaskan bahwa efektivitas adalah tercapainya tujuan yang telah ditetapkan, baik itu dalam bentuk target, sasaran jangka panjang maupun misi organisasi. Efektivitas adalah hasil dari penggunaan teknologi sesuai dengan peruntukannya. Dalam hal ini, efektivitas mengacu pada hasil yang diperoleh dengan menggunakan teknologi

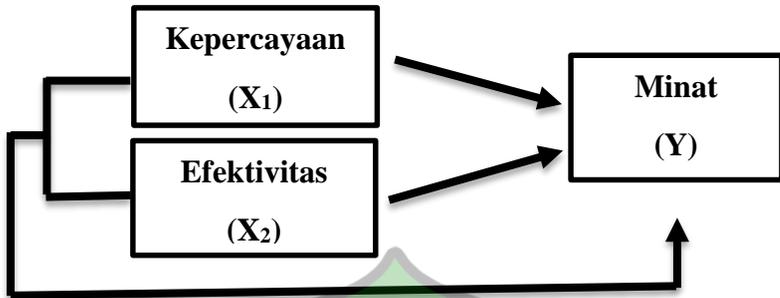
yang memenuhi tujuan pengguna (Akhnes & Noviyanti, 2021) Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wildan (2019) yang menyatakan bahwa kemudahan dan efektivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan financial technology. Efektivitas suatu sistem juga merupakan salah satu yang mempengaruhi minat berzakat menggunakan Teknologi. Teori ini sejalan dengan hasil penelitian dari Rohmah dkk, (2020) yang mengungkapkan bahwa Efektivitas penyaluran menggunakan Fintech Crowdfunding menghasilkan nilai positif terhadap variabel minat membayar ZIS.

Dari hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa untuk mendorong seseorang menggunakan sistem baru, penting untuk memastikan bahwa sistem tersebut efektif. Efektivitas yang dimaksud meliputi kemudahan penggunaan, keamanan, dan manfaat yang diberikan. Jika masyarakat menilai bahwa sistem tersebut memenuhi kriteria ini, mereka tidak akan ragu untuk menggunakannya.

## **2.10 Kerangka Pemikiran**

Kerangka konseptual merupakan sebuah model yang akan menjelaskan konsep yang terdapat pada asumsi teoritis kemudian digunakan untuk mengistilahkan sebuah objek yang akan diteliti serta menunjukkan adanya hubungan antara konsep tersebut. berikut kerangka konseptual dapat dilihat pada gambar 2.1:

Gambar 2. 1  
Kerangka Pemikiran



*Sumber: Data diolah (2024)*

Gambar diatas menjelaskan bagaimana pengaruh dari variabel independen yaitu Kepercayaan (X1) dan Efektivitas (X2) terhadap variabel dependen yaitu Minat Berzakat (Y).

### 2.11 Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan deskripsi teori, hasil penelitian yang relevan dan kerangka pemikiran diatas, dapat ditarik hipotesis dari masalah penelitian yang dirumuskan sebagai berikut:

- Ho<sub>1</sub>: Kepercayaan dan efektivitas penggunaan QRIS secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap minat menunaikan zakat, infaq dan sedekah.
- Ha<sub>1</sub>: Kepercayaan dan efektivitas penggunaan QRIS secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menunaikan zakat, infaq dan sedekah.
- Ho<sub>2</sub>: Kepercayaan penggunaan QRIS tidak berpengaruh terhadap minat menunaikan zakat, infaq dan sedekah.
- Ha<sub>2</sub>: Kepercayaan penggunaan QRIS berpengaruh terhadap Minat menunaikan zakat, infaq dan sedekah.

- Ho<sub>3</sub>: Efektivitas penggunaan QRIS tidak berpengaruh terhadap minat menunaikan zakat, infaq dan sedekah.
- Ha<sub>3</sub>: Efektivitas penggunaan QRIS berpengaruh terhadap Minat menunaikan zakat, infaq dan sedekah.



## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2018).

Jenis penelitian kuantitatif yang akan digunakan adalah kuantitatif asosiatif, yaitu penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih, Sugiyono (2013). Hubungan yang digunakan dalam penelitian ini adalah hubungan kausal. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat, yang terdiri dari variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (variabel yang dipengaruhi) (Sugiyono, 2013). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh dari variabel Kepercayaan sebagai ( $X_1$ ), variabel efektivitas sebagai ( $X_2$ ), terhadap Minat menyalurkan ZIS sebagai ( $Y$ ) di Kota Banda Aceh.

## **3.2 Populasi dan sampel**

### **3.2.1 Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018). Erlina (2011) menyatakan bahwa populasi adalah sekelompok orang, kejadian suatu yang mempunyai karakteristik tertentu yang berada dalam suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian. Berdasarkan pendapat tersebut maka Populasi yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang beragama Islam di Kota Banda Aceh. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari BPS Kota Banda Aceh bahwa jumlah masyarakat yang memeluk agama Islam sebanyak 254.878 jiwa. Jika data diambil dari populasi maka akan memerlukan dana dan waktu yang cukup banyak, sehingga penulis memiliki alternatif agar data yang diperoleh mampu mewakili data yang ada pada populasi, maka dalam penelitian ini dilakukan pemilihan responden atau sumber data yang tidak begitu banyak dari populasi tapi cukup mewakili dan dengan karakteristik yang peneliti tetapkan.

### **3.2.2 Sampel**

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik populasi. Jika populasinya besar dan peneliti tidak dapat mempelajari semua yang ada dalam populasi tersebut dikarenakan peneliti memiliki keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka

peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel probability sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel. Dengan teknik ini, semua individu dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih, sehingga hasil penelitian dapat lebih digeneralisasikan. Salah satu metode dalam probability sampling yang digunakan adalah simple random sampling, di mana sampel diambil secara acak dari seluruh anggota populasi, tanpa mempertimbangkan karakteristik atau kriteria tertentu.

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 254.878 jiwa, sehingga persentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Adapun penelitian ini menggunakan rumus *Slovin* karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus representative agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan.

Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan:

N = Jumlah Populasi

n = Jumlah Sampel yang diperlukan

e = Tingkat Kesalahan Sampel (sampling error)

Perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$n = \frac{254.878}{1+254.878(0,1)^2}$$

$$n = 99,9$$

Berdasarkan perhitungan di atas diperoleh ukuran sampel *representative* yang diperlukan peneliti adalah sebanyak 100 orang. berdasarkan uji normalitas yang telah dilakukan, data tidak terdistribusi secara normal. Untuk memperoleh data yang terdistribusi normal, maka data yang bernilai ekstrem (*outlier*) perlu dikeluarkan dari data penelitian. Melalui proses *outlier* terdapat 30 data ekstrem yang dikeluarkan sehingga data penelitian yang berdistribusi normal adalah sejumlah 70 data. Sehingga responden dalam penelitian ini menjadi 70 orang.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan kombinasi antara teknik probability sampling dengan metode simple random sampling dan teknik purposive sampling. Probability sampling memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel, yang memungkinkan hasil penelitian dapat digeneralisasikan dengan lebih baik. Dalam teknik simple random sampling, sampel diambil secara acak dari seluruh populasi, tanpa memperhatikan karakteristik atau kriteria tertentu. Teknik ini memastikan bahwa semua individu dalam populasi memiliki

peluang yang sama untuk dipilih, sehingga sampel yang diperoleh bersifat representatif.

Namun, meskipun simple random sampling memberikan sampel yang acak, peneliti juga menggunakan purposive sampling untuk menetapkan kriteria khusus yang harus dipenuhi oleh sampel. Hal ini dilakukan karena tidak semua individu dalam populasi memenuhi karakteristik yang relevan dengan fenomena yang diteliti, yaitu penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran zakat, infaq, dan sedekah (ZIS). Oleh karena itu, peneliti menetapkan kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh responden, seperti pengalaman dalam menggunakan QRIS untuk transaksi ZIS.

Dalam penelitian ini yang menjadi sampel yaitu seluruh masyarakat Kota Banda Aceh yang memenuhi kriteria tertentu. Adapun kriteria yang dijadikan sebagai sampel penelitian yaitu:

- 1) Seluruh masyarakat Muslim Kota Banda Aceh yang pernah menunaikan ZIS menggunakan QRIS Baitul Mal Kota Banda Aceh.
- 2) Mengetahui cara mengoperasikan sistem pembayaran QRIS.
- 3) Umur dimulai dari 20 tahun atau 20 tahun keatas
- 4) Memiliki pendapatan minimal Rp. 1.500.000.00

### **3.3 Sumber Data Penelitian**

#### **3.3.1 Data Primer**

Umar (2013) mendefinisikan data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang

biasa dilakukan oleh peneliti. Situmorang (2010:2) berpendapat bahwa data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri secara langsung dari objek yang diteliti dan untuk kepentingan studi yang bersangkutan. Data primer penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yaitu masyarakat Muslim Kota Banda Aceh.

### **3.3.2 Data Sekunder**

Data sekunder digunakan sebagai data pendukung dalam penelitian ini. Pantiyasa (2013) mendefinisikan data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk data yang sudah jadi bukan dari hasil mengumpulkan dan mengolah sendiri. Situmorang (2010) mengatakan data sekunder merupakan data yang diperoleh/dikumpulkan dan disatukan oleh studi-studi sebelumnya atau yang diterbitkan oleh berbagai instansi lain, biasanya sumber tidak langsung berupa data dokumentasi dan arsip-arsip resmi. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari studi kepustakaan, dokumentasi, literatur, dan buku-buku serta data yang tersedia dari pihak lembaga Baitul Mal Kota Banda Aceh yang berkaitan dengan penelitian ini.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Arikunto (2010) menjelaskan bahwa kuesioner disebut juga angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan

tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner berupa pernyataan tertutup atau terbuka yang diberikan kepada responden secara langsung. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini bersifat tertutup yaitu responden hanya bisa menjawab sesuai pilihan jawaban yang telah disediakan. Bungin (2013) mengatakan bahwa bentuk umum angket berisi tentang petunjuk pengisian angket dan bagian identitas yang nantinya diisi oleh responden sebelum menjawab pertanyaan. Jenis kuesioner yang disebarkan adalah jenis kuesioner tertutup, dimana peneliti yang menyediakan jawaban untuk para responden dan responden hanya perlu menjawab.

### **3.5 Skala Pengukuran**

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Untuk menjawab pertanyaan dalam kuesioner tersebut, maka menggunakan skala likert. Skala likert merupakan skala yang mengukur kesetujuan atau ketidaksetujuan seseorang terhadap serangkaian pertanyaan berkaitan dengan keyakinan atau perilaku mengenai suatu objek tertentu (Hermawan, 2006:132).

Dengan menggunakan skala likert, skala likert digunakan untuk mengukur tanggapan atau respon seseorang tentang objek sosial. Langkah-langkah dalam menyusun skala likert adalah menetapkan variabel yang akan diteliti, menentukan indikator indikator yang dapat mengukur variabel yang akan diteliti dan menurunkan indikator tersebut menjadi daftar pertanyaan (Suliyanto, 2009:82). Dalam penelitian ini peneliti menyediakan alternatif jawaban untuk variabel kemudahan teknologi dan

Religiusitas mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju dengan skor 1 sampai 5. Adapun pengukuran skala likert dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.1.

Tabel 3. 1  
Skala Likert

No.	Keterangan (Jawaban)	Skor
1	SS (Sangat Setuju)	5
2	S (Setuju)	4
3	KS (Kurang Setuju)	3
4	TS (Tidak Setuju)	2
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	1

*Sumber: Sugiyono (2018:93)*

### 3.6 Operasional Variabel Penelitian

#### 3.6.1 Variabel Dependen

Sugiyono (2018:59) mendefinisikan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Kuncoro (2013:50) mendefinisikan variabel terikat adalah variabel yang menjadi perhatian utama dalam sebuah pengamatan. Pengamat akan dapat memprediksikan ataupun menerangkan variabel dalam variabel dependen beserta perubahannya yang terjadi kemudian. Adapun variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Minat Berzakat (Y).

## **1. Minat menunaikan ZIS sebagai Y**

Minat sebagai kecenderungan dan keinginan yang besar terhadap sesuatu. Istilah minat sendiri merupakan terminologi aspek kepribadian untuk menggambarkan adanya kemauan dan dorongan yang timbul dari dalam diri individu untuk memilih objek lain yang sejenis Minat seseorang tidaklah sama karena minat seseorang memiliki bentuk yang beragam (Siswanti, 2022). Sedangkan Menurut Slameto, (2010) Minat adalah adanya rasa tertarik pada suatu hal tanpa adanya paksaan dari seseorang.

### **3.6.2 Variabel Independen**

Sugiyono (2018:59) menyatakan variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Kuncoro (2013:50) mendefinisikan variabel bebas adalah variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel dependen dan mempunyai hubungan yang positif maupun negatif bagi variabel dependen nantinya. Variasi dalam variabel dependen merupakan hasil dari variabel independen. Dalam penelitian ini peneliti menjabarkan dua variabel independen yaitu:

#### **1. Kepercayaan $X_1$**

Kepercayaan (Trust) yang merupakan pondasi dari suatu hubungan. Kepercayaan ini tidak dapat lahir sendiri, melainkan harus dilakukan upaya untuk membangunnya. Kepercayaan merupakan kumpulan dari keyakinan terhadap integritas, benevolence, kompetensi, dan prediktabilitas. Kepercayaan

seseorang dapat memberikan manfaat yaitu hubungan antara konsumen dan suatu lembaga organisasi menjadi harmonis. (Utami et al., 2021). Kepercayaan dalam membayar zakat melalui zakat digital dapat diartikan sebagai ketersediaan muzaki untuk menitipkan sebagian hartanya sebagai zakat kepada lembaga zakat tanpa melalui transaksi langsung untuk dikelola dan disalurkan kepada mustahik (Soemitra, 2009).

Pada sistem pengelolaan zakat, infaq, dan sedekah, kepercayaan muzakki sangat penting dibangun oleh lembaga pengelola zakat. Muzakki yang menaruh kepercayaan terhadap lembaga pengelola zakat menjadi modal penting dalam mengoptimalkan pengumpulan dana zakat, infaq, dan sedekah. Oleh karena itu, kajian mengenai kepercayaan muzakki dalam transaksi online sangat penting untuk dilakukan oleh lembaga pengelola. Dapat dilihat dalam penelitian yang dilakukan oleh Anggraini & Indrarini, (2022) Kepercayaan memiliki pengaruh terhadap minat membayar zakat melalui zakat digital pada masyarakat di Kabupaten Sidoarjo. Dalam penelitian Syarifah (2022) juga menyatakan bahwa Variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Muzakki membayar zakat melalui fintech dibuktikan dari nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel yaitu 6,003 lebih besar dari 1,6659 dan nilai sig  $(0,000) < 0,05$ .

## **2. Efektivitas X<sub>2</sub>**

Mardiasmo (2017:134) efektivitas adalah ukuran keberhasilan atau kegagalan suatu organisasi dalam mencapai tujuannya. Jika

suatu organisasi mencapai tujuannya, maka organisasi tersebut akan berfungsi secara efektif. Indikator keefektivitasan akan menggambarkan sejauh mana konsekuensi dan dampak (outcome) keluaran program terhadap pencapaian tujuan program. Semakin besar kontribusi hasil yang dicapai terhadap pencapaian tujuan atau sasaran yang telah ditentukan, maka semakin efisien pula proses kerja unit organisasi tersebut.

Efektivitas dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berasal dari kata efektif yang berarti sesuatu yang memiliki pengaruh atau akibat yang ditimbulkan, dan merupakan keberhasilan dari suatu usaha atau tindakan. Dalam penelitian ini yang dimaksud efektivitas yaitu hasil yang dirasakan atau didapatkan dari penggunaan teknologi yang sesuai dengan tujuan pengguna. Efektivitas juga merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan seseorang membayar zakat secara online. Semakin tinggi efektivitas yang didapatkan dari penggunaan teknologi maka akan semakin meningkatkan minat dan keputusan untuk terus menggunakan teknologi tersebut. Hal ini, selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Noviyanti & Erawati, (2021) yang menghasilkan efektivitas berpengaruh positif terhadap minat menggunakan fintech sebesar 58,7%. Penelitian yang dilakukan oleh Akbar & Burhan (2023) juga mengungkapkan bahwa variabel Efektivitas berpengaruh signifikan terhadap minat pembayaran ZIS menggunakan digital fundraising (secara online).

Tabel 3. 2  
Operasionalisasi Variabel Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1.	<p>Minat (Y)</p> <p>Merupakan dorongan dari psikis individu dalam menggunakan atau menjalankan sesuatu tanpa dorongan dari pihak lain.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketertarikan, Dengan kemudahan yang ada maka akan menimbulkan ketertarikan</li> <li>2. Perasaan senang Seseorang yang sudah merasa senang terhadap suatu (layanan/objek) akan tumbuh keinginan/ketertarikannya (minat) dalam menggunakannya.</li> <li>3. Kecenderungan Ketika seseorang sudah mendapatkan kesenangan, kepuasan, dan kemudahan, maka seseorang akan cenderung dalam menggunakan suatu layanan/produk. (Walgito, 2004)</li> </ol>	Likert
2.	<p>Kepercayaan (X<sub>1</sub>)</p> <p>Kepercayaan untuk menggunakan suatu Sistem</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Ability</i> (Kemampuan), mengacu kepada kompetensi pihak tertentu, kemampuan melayani, kepraktisan, efektivitas dan juga aman digunakan.</li> <li>2. <i>Benevolence</i> (kebaikan hati), kesediaan pihak tertentu dalam memberikan layanan yang saling menguntungkan.</li> <li>3. <i>Integrity</i> (integritas), integritas adalah sifat jujur. Yang bermakna Transparansi.</li> <li>4. Predictability adalah mampu memberikan kepastian dalam hal keamanan. (Mcknight et al., 2011)</li> </ol>	Likert

No.	Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
3.	Efektivitas (X <sub>2</sub> )  Efektivitas merupakan keberhasilan dari tercapai atau tidaknya sasaran yang telah ditentukan. Jika hasilnya semakin mendekati sasaran maka semakin tinggi efektivitasnya	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemahaman Program, pemahaman program dapat dilihat dari sejauh mana seseorang dapat memahami pengetahuan atas program tersebut serta kemampuan seseorang melakukan program atau kegiatan tersebut.</li> <li>2. Tepat Sasaran, mengukur sejauh mana lembaga dapat berhasil dalam merealisasikan sasaran yang hendak dicapai.</li> <li>3. Waktu, faktor waktu berkaitan dengan apakah layanan tersebut menjadi lebih cepat dan efisien.</li> <li>4. Pencapaian Tujuan, pencapaian tujuan merupakan keseluruhan upaya pencapaian tujuan dari suatu proses yang dilakukan.</li> <li>5. Perubahan Nyata, perubahan nyata dinyatakan efektif jika program atau kegiatan dapat memberikan dampak dan perubahan nyata . (Sa'diyah &amp; Marlana, 2018)</li> </ol>	Likert

*Sumber: Data diolah (2024)*

### 3.7 Teknik Analisis Data

#### 3.7.1 Uji Validitas

Siregar (2015:46) mengemukakan validitas atau kesahihan adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Ghazali (2013:52) mengatakan bahwa uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau validnya suatu

kuesioner sehingga dapat sesuai dengan apa yang diharapkan untuk mendapatkan hasil yang akurat. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Tingkat validitas dapat diukur dengan cara membandingkan nilai hitung  $r$  (*correct item total correlation*) dengan nilai tabel  $r$  dengan ketentuan untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$  dengan tingkat signifikansi 5% (0.05), di mana  $n$  adalah jumlah sampel. Bila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya apabila  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid (Ghozali, 2013:52).

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran yang menunjukkan seberapa tinggi suatu instrumen dapat dipercaya atau dapat diandalkan, artinya reliabilitas menyangkut ketepatan (dalam pengertian konsisten) alat ukur (Mustafa, 2013:224). Ghozali (2013:52) mengatakan suatu kuesioner dikatakan *reliabel* atau handal jika jawaban responden terhadap pertanyaan tetap konsisten dari waktu ke waktu. Butir kuesioner dikatakan *reliabel* (layak) jika nilai *cronbach' alpha*  $>$  0,60 dan dikatakan tidak reliabel jika nilai *cronbach' alpha*  $<$  0,60.

### 3.8 Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif untuk mengolah data hasil penelitian. Untuk mengolah data hasil penelitian

penulis menggunakan program SPSS dengan bantuan metode analisis regresi linear berganda. Namun, sebelum itu perlu adanya uji asumsi klasik yang bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi berganda yang digunakan untuk menganalisis dalam penelitian telah memenuhi beberapa asumsi klasik, maka akan diperoleh perkiraan yang tidak biasa serta efisien (Ghozali, 2013: 160).

### **3.8.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya berdistribusi normal ataupun tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2013: 160). Pengujian normalitas digunakan untuk mengevaluasi apakah variabel terikat (dependen) dan variabel bebas (independen) dalam model regresi memiliki distribusi yang mengikuti pola normal (Ghozali, 2016). Uji normalitas juga berguna untuk menentukan apakah model regresi, variabel pengganggu, atau residual mengikuti distribusi normal. Uji ini dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*, dan hasil perhitungannya dievaluasi berdasarkan nilai signifikansi statistik. Jika nilai signifikansi  $> 0.05$ , maka data dianggap mengikuti distribusi normal. Sebaliknya, jika nilainya kurang dari 0.05, data dianggap tidak mengikuti distribusi normal.

### 3.8.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Suatu model regresi dikatakan multikolinearitas apabila terdapat nilai *tolerance*  $< 0,10$  dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF)  $> 10$  (Sujarweni, 2015).

### 3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menunjukkan bahwa varians dari setiap variabel sama untuk semua pengamatan. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah terjadi homoskedastisitas atau dengan kata lain tidak terjadi heteroskedastisitas. Metode uji yang digunakan adalah Metode uji yang dikemukakan oleh Ghazali, (2021:178) uji heteroskedastisitas bertujuan mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians antara residual satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Pada penelitian ini menggunakan metode Glejser. Apabila nilai signifikan lebih besar dari nilai alpha 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3.8.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah persamaan regresi linear berganda (*multiple regression*). Analisis regresi berganda merupakan analisis data untuk melihat sebab akibat antara dua variabel independen atau lebih dan satu variabel dependen (Sugiyono, 2018). Dalam analisis ini dapat dilihat bagaimana variabel bebas yaitu Kepercayaan ( $X_1$ ) dan religiusitas ( $X_2$ ) mempengaruhi variabel terikat yaitu Minat Berzakat ( $Y$ ). Penelitian ini menggunakan program SPSS sebagai alat bantu untuk memperoleh hasil yang akurat. Persamaan analisis regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \quad (3.1)$$

Keterangan:

- Y : Minat menunaikan ZIS  
A : Konstanta dari persamaan Regresi  
 $b_1, b_2$  : Koefisien regresi variabel independen  
 $X_1$  : Kepercayaan  
 $X_2$  : Efektivitas  
e : Variabel Pengganggu/Nilai Error

### 3.9 Uji Hipotesis

Santoso (2012:301) mengatakan bahwa hipotesis merupakan kemungkinan jawaban sementara dari persoalan yang dihadapi dalam penelitian ini, yang kebenarannya masih lemah sehingga harus diuji secara empiris. Uji hipotesis dilakukan dengan tujuan

untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen baik secara parsial maupun simultan.

### 3.9.1 Uji Simultan (Uji F)

Uji Simultan ini pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2013:152). Uji simultan dilakukan dengan cara membandingkan F hitung dan F tabel dengan ketentuan untuk *degree of freedom* ( $df = n - k - 1$ ) dengan tingkat signifikansi 5% (0,05). Pengujian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS 23 dan memiliki ketentuan sebagai berikut:

1. Jika probabilitas (signifikansi)  $< 0,05$  atau F hitung  $> F$  tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti berpengaruh secara simultan.
2. Jika probabilitas (signifikansi)  $> 0,05$  atau F hitung  $< F$  tabel, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang berarti tidak berpengaruh secara simultan.

### 3.9.2 Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual (parsial) berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji parsial atau uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individu dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013:152). Uji

parsial (individu) dilakukan dengan cara membandingkan T hitung dan T tabel dengan ketentuan untuk *degree of freedom* (df) = n-k dengan tingkat signifikansi 5% (0,05). Pengujian ini memiliki ketentuan-ketentuan, yaitu:

1. Jika probabilitas (signifikansi) < 0,05 atau T hitung > T tabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat secara individual.
2. Jika probabilitas (signifikansi) > 0,05 atau T hitung < T tabel maka Ho diterima dan Ha ditolak yang berarti variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel terikatnya secara individual.

### **3.9.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengetahui persentase variabel terikat yang disebabkan oleh variabel bebas. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) memiliki interval antara 0 sampai 1. Jika nilai R semakin mendekati 1 menandakan hasil untuk model regresi tersebut baik atau variabel independen secara keseluruhan dapat menjelaskan variabel dependen. Sedangkan jika nilai  $R^2$  semakin mendekati 0, maka variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen (Sujarweni, 2015:164).

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **4.1.1 Wilayah Administratif Kota Banda Aceh**

Kota Banda Aceh, yang dikenal sebagai Serambi Mekkah, merupakan ibu kota Provinsi Aceh sekaligus pusat kebudayaan, pendidikan, dan ekonomi di wilayah Sumatera. Kota ini terletak di ujung paling barat Indonesia, dengan luas sekitar 61,36 km<sup>2</sup>, terbagi ke dalam sembilan kecamatan yang meliputi 90 gampong (desa). Sebagai salah satu kota tertua di Nusantara, Banda Aceh memiliki sejarah panjang yang lekat dengan nilai-nilai Islam dan menjadi simbol penting peradaban Islam di Asia Tenggara. Sebagian besar masyarakat Kota Banda Aceh bekerja di sektor perdagangan, jasa, pendidikan, dan pemerintahan. Hal ini tidak terlepas dari peran Banda Aceh sebagai pusat administrasi dan kegiatan ekonomi di Provinsi Aceh. Selain itu, sektor pariwisata, terutama wisata religi dan budaya, turut memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian lokal. Pendapatan masyarakat di Kota Banda Aceh cukup beragam, tergantung pada sektor pekerjaan masing-masing. Sebagai kota yang berkembang, Banda Aceh memiliki tingkat pendapatan rata-rata yang relatif lebih tinggi dibandingkan daerah pedesaan di sekitarnya. Namun, tantangan masih ada, terutama bagi kelompok masyarakat yang bekerja di sektor informal, yang pendapatannya cenderung fluktuatif. Dari sisi ekonomi, Banda Aceh terus berkembang, didukung oleh sektor perdagangan, jasa, dan

adopsi teknologi dalam layanan keuangan. Salah satu inovasi teknologi yang mulai diimplementasikan adalah Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS), sebuah sistem pembayaran digital yang praktis dan inklusif. QRIS telah diadopsi oleh berbagai lembaga, termasuk Baitul Mal Kota Banda Aceh, untuk mendukung pengumpulan dana Zakat, Infaq, dan Sedekah (ZIS).

Baitul Mal Kota Banda Aceh memainkan peran sentral dalam pengelolaan ZIS sebagai salah satu lembaga resmi pemerintah. Dengan memanfaatkan QRIS, lembaga ini menawarkan kemudahan bagi masyarakat untuk menyalurkan donasi secara digital, tanpa harus bergantung pada metode pembayaran tradisional. Inovasi ini bertujuan untuk meningkatkan transparansi, efektivitas, dan kenyamanan dalam pembayaran ZIS, serta menjangkau masyarakat yang lebih luas, termasuk generasi muda yang cenderung akrab dengan teknologi. Penggunaan QRIS oleh Baitul Mal tidak hanya mendukung pengelolaan keuangan syariah yang lebih modern tetapi juga mencerminkan perubahan perilaku masyarakat Banda Aceh dalam memanfaatkan teknologi. Digitalisasi ini sekaligus menjadi langkah strategis dalam memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap pengelolaan dana ZIS. Dengan keunikan geografis, demografis, dan perkembangannya, Kota Banda Aceh menjadi lokasi strategis untuk penelitian tentang pengaruh kepercayaan dan efektivitas penggunaan QRIS terhadap minat membayar Zakat, Infaq, dan Sedekah. Implementasi QRIS di Baitul

Mal Kota Banda Aceh menjadi salah satu contoh nyata transformasi digital dalam layanan keuangan syariah di Indonesia.

## **4.2 Karakteristik Responden**

Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah menunaikan ZIS menggunakan QRIS di Baitul Mal Kota Banda Aceh. Peneliti menyebarkan kuesioner melalui *Google Form* dengan jumlah responden sebanyak 70 orang. Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu peneliti akan menjelaskan data responden yang merupakan sampel dari 70 orang yang pernah menunaikan ZIS menggunakan QRIS di Baitul Mal Kota Banda Aceh. Adapun karakteristik yang dijelaskan oleh peneliti diantaranya yaitu jenis kelamin, usia, penghasilan dan filantropi yang pernah ditunaikan menggunakan QRIS di Baitul Mal Kota banda Aceh. Adapun karakteristik yang dijelaskan oleh peneliti diantaranya yaitu jenis kelamin, Usia, Pendidikan, tingkat pendapatan dan filantropi apa yang ditunaikan pada Baitul Mal Kota Banda Aceh dengan menggunakan metode pembayaran QRIS.

### **4.2.1 Jenis Kelamin**

Berdasarkan data primer yang telah diolah, maka hasil persebaran responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.1.

**Tabel 4. 1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
Perempuan	55	78,6%
Laki-Laki	15	21,4%
<b>Jumlah</b>	70	100%

*Sumber: Data Primer (diolah oleh penulis, 2024)*

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan bahwa dari 100 sampel masyarakat Muslim kota Banda Aceh yang menunaikan ZIS pada Baitul Mal Kota Banda Aceh dengan metode pembayaran QRIS yang sebagian besar berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 55 orang dengan persentase sebesar 78,6% sedangkan responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 15 orang dengan persentase sebesar 21,4% hal ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini didominasi oleh kaum perempuan.

#### **4.2.2 Usia**

Berdasarkan data primer yang telah diolah, maka hasil persebaran responden berdasarkan usia dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.2.

**Tabel 4. 2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia**

<b>Usia</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
20-24 Tahun	55	78,6%
25-30 Tahun	5	7,1%
31-35 Tahun	1	1,4%
> 36 Tahun	9	12,9%
<b>Jumlah</b>	70	100%

*Sumber: Data Primer (diolah oleh penulis, 2024)*

Berdasarkan 4.2 menunjukkan bahwa responden terbanyak dalam penelitian ini adalah sebesar 78,6% yaitu responden yang berusia 20-24 tahun yang berjumlah 55 orang sedangkan di posisi kedua terbanyak adalah responden diatas 36 tahun yaitu sebesar 12,9% dengan responden berjumlah 9 orang. kemudian 7,1% yaitu responden yang berusia 25-30 tahun yang berjumlah 5 orang. Dan yang paling sedikit adalah responden yang berusia 31 sampai 35 tahun yaitu sebesar 1,4% yang berjumlah 1 orang. Jadi dapat disimpulkan rata-rata yang berminat membayar ZIS pada Baitul Mal Kota Banda Aceh dengan metode pembayaran QRIS adalah usia 20-24 tahun.

#### 4.2.3 Domisili

Berdasarkan data primer yang telah diolah, maka hasil persebaran responden berdasarkan domisili dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.3.

**Tabel 4. 3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili**

<b>Domisili</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
Baiturrahman	2	2,9%
Jaya Baru	8	11,4%
Lueng bata	4	5,7%
Banda Raya	4	5,7%
Kuta Alam	9	12,9%
Meuraxa	2	2,9%
Kuta Raja	5	7,1%
Ulee Kareng	12	17,1%
Syiah Kuala	24	34,3%

<b>Jumlah</b>	70	100%
---------------	----	------

*Sumber: Data Primer (diolah oleh penulis, 2024)*

Berdasarkan data penelitian, distribusi responden berdasarkan kecamatan tempat tinggal menunjukkan bahwa mayoritas responden berasal dari Kecamatan Syiah Kuala dengan persentase sebesar 34,3%, yaitu sebanyak 24 orang. Kecamatan Ulee Kareng menempati posisi kedua dengan jumlah responden sebanyak 12 orang atau 17,1%, diikuti oleh Kecamatan Kuta Alam dengan 12,9% atau sebanyak 9 orang. Selanjutnya, Kecamatan Jaya Baru tercatat memiliki responden sebanyak 8 orang atau sebesar 11,4%, diikuti oleh Kecamatan Lueng Bata dengan 5,7% atau sebanyak 4 orang, Kecamatan Banda Raya sebesar 5,7% atau 5 orang. Kecamatan Baiturrahman dan Meuraxa memiliki jumlah responden yang lebih sedikit, yaitu sebesar 2,9% atau 2 orang,

Berdasarkan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa responden yang menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) paling banyak berasal dari Kecamatan Syiah Kuala, sedangkan yang paling sedikit berasal dari Kecamatan Baiturrahman dan Meuraxa.

#### **4.2.4 Pendidikan**

Berdasarkan data primer yang telah diolah, maka hasil persebaran responden berdasarkan tingkat pendidikan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.4.

**Tabel 4. 4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pendidikan**

<b>Pendidikan</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
SMA/SMK/MAN Sederajat	51	72,9%
Sarjana (S1)	18	25,7%
Pasca (S2)	1	1,4%
<b>Jumlah</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data Primer (diolah oleh penulis, 2024)*

Berdasarkan data penelitian, distribusi responden berdasarkan tingkat pendidikan menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah lulusan SMA/SMK/MAN sederajat dengan persentase sebesar 72,9%, yaitu sebanyak 51 orang. Di posisi kedua, responden dengan tingkat pendidikan Sarjana (S1) mencakup 25,7% atau sebanyak 18 orang. Sementara itu, responden dengan tingkat pendidikan Pasca Sarjana (S2) hanya sebesar 1% atau 1 orang.

Dari data ini, dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengguna QRIS sebagai metode pembayaran zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) memiliki tingkat pendidikan SMA/SMK/MAN sederajat, sedangkan responden dengan tingkat pendidikan Pasca Sarjana (S2) adalah yang paling sedikit.

#### **4.2.5 Pendapatan**

Berdasarkan data primer yang telah diolah, maka hasil persebaran responden berdasarkan tingkat pendapatan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.5.

**Tabel 4. 5**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan**

<b>Tingkat Pendapatan</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
Rp. 1.500.000 s.d Rp. 2.400.000	50	71,4%
Rp. 2.500.000 s.d Rp. 4.400.000	10	14,3%
Rp. 4.500.000 s.d Rp. 8.400.000	7	10,0%
Diatas Rp. 8.400.000	3	4,3%
<b>Jumlah</b>	70	100%

*Sumber: Data Primer (diolah oleh penulis, 2024)*

Berdasarkan data penelitian, distribusi responden berdasarkan pendapatan menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pendapatan sebesar Rp 1.500.000-Rp 2.400.000, yaitu sebanyak 50 orang atau sebesar 71,4%. Di posisi kedua, responden dengan pendapatan Rp 2.500.000-Rp 4.400.000 mencakup 14,3% atau sebanyak 10 orang. Selanjutnya, responden dengan pendapatan Rp 4.500.000-Rp 8.400.000 berjumlah 7 orang atau sebesar 10%. Sementara itu, responden dengan pendapatan di atas Rp 8.400.000 adalah yang paling sedikit, yaitu sebanyak 3 orang atau sebesar 4,3%.

Dari data ini, dapat disimpulkan bahwa mayoritas minat pengguna QRIS sebagai metode pembayaran zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) berasal dari kelompok dengan pendapatan Rp 1.500.000 - Rp 2.400.000, sedangkan kelompok dengan pendapatan di atas Rp 8.400.000 adalah yang paling sedikit.

#### 4.2.6 Filantropi

Berdasarkan data primer yang telah diolah, maka hasil persebaran responden berdasarkan Filantropi yang ditunaikan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.6.

**Tabel 4. 6**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Filantropi yang ditunaikan**

<b>Filantropi</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
Zakat Penghasilan	6	8,6%
Infaq	30	42,9%
Sedekah	34	48,6%
Jumlah	100	100%

*Sumber: Data Primer (diolah oleh penulis, 2024)*

Berdasarkan data penelitian, distribusi responden berdasarkan jenis donasi yang dilakukan menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan donasi dalam bentuk sedekah, yaitu sebanyak 34 orang atau sebesar 48,6%. Di posisi kedua, responden yang memberikan donasi dalam bentuk infaq berjumlah 30 orang atau sebesar 42,9%. Sementara itu, donasi dalam bentuk zakat penghasilan dilakukan oleh 6 orang atau sebesar 8,6%.

Dari data ini, dapat disimpulkan bahwa jenis donasi yang paling dominan dilakukan oleh pengguna QRIS adalah infaq, diikuti oleh sedekah, sedangkan zakat penghasilan merupakan jenis donasi yang paling sedikit dilakukan.

### 4.3 Analisis Deskriptif

#### 4.3.1 Deskripsi Variabel Penelitian

#### 4.3.2 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Minat (Y)

**Tabel 4. 7**  
**Penjelasan Responden Terhadap Variabel Minat Membayar ZIS**

No.	Item Pertanyaan	Jawaban					Modus
		SS	S	KS	TS	STS	
1.	Saya tertarik menunaikan zakat, infaq dan sedekah dengan Metode pembayaran QRIS pada Baitul Mal Banda Aceh	45	23	1	1	0	5
2.	Saya merasa senang menunaikan zakat, infaq dan sedekah dengan Metode pembayaran QRIS pada Baitul Mal Banda Aceh karena dapat memudahkan pembayaran saya.	41	28	1	0	0	5
3.	Saya lebih tertarik menunaikan zakat, infaq dan sedekah dengan Metode	43	20	7	0	0	5

	pembayaran QRIS pada Baitul Mal Banda Aceh dibandingkan dengan cara tradisional.						
4.	Saya akan terus menunaikan zakat, infaq dan sedekah dengan Metode pembayaran QRIS pada Baitul Mal Banda Aceh	52	17	1	0	0	5
5.	Saya berminat untuk mengajak teman-teman saya menunaikan zakat, infaq dan sedekah dengan Metode pembayaran QRIS pada Baitul Mal Banda Aceh	42	26	2	0	0	5

*Sumber: Data Primer (diolah oleh penulis, 2024)*

Berdasarkan Tabel 4.7 diketahui bahwa nilai yang sering muncul pada setiap pertanyaan adalah setuju dengan nilai 5, yang berarti responden memiliki tanggapan “Baik” terhadap pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan minat.

### 4.3.3 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap 55Kepercayaan (X<sub>1</sub>)

**Tabel 4. 8**  
**Penjelasan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan**  
**Menunaikan ZIS Menggunakan QRIS**

No.	Item Pertanyaan	Jawaban					Modus
		SS	S	KS	TS	STS	
1.	Saya menyalurkan ZIS menggunakan QRIS Baitul Mal Banda Aceh karena memberikan kemudahan bagi saya.	46	24	0	0	0	5
2.	Saya percaya bahwa QRIS Baitul Mal Banda Aceh memiliki perhatian khusus untuk memberikan pelayanan terbaik bagi penggunanya.	44	24	2	0	0	5
3.	Saya percaya bahwa menunaikan Zakat, infaq dan sedekah dengan menggunakan metode pembayaran QRIS Baitul Mal Banda Aceh bertanggung jawab dalam setiap transaksi nasabahnya.	49	21	0	0	0	5
4.	QRIS Baitul Mal Banda Aceh bersikap jujur dalam	47	23	0	0	0	5

	memberikan informasi dan berita kepada penggunaanya						
5.	Metode pembayaran QRIS Baitul Mal Banda Aceh dapat mempertanggungjawabkan kinerjanya baik secara vertikal (Tuhan) maupun secara horizontal (masyarakat umum)	45	25	0	0	0	5
<b>Modus</b>							5

Sumber: Data Primer (diolah oleh penulis, 2024)

Berdasarkan Tabel 4.8 diketahui bahwa nilai yang sering muncul pada setiap pertanyaan adalah setuju dengan nilai 5, yang berarti responden memiliki tanggapan “Baik” terhadap pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan kepercayaan.

#### 4.3.4 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Efektivitas (X<sub>2</sub>)

**Tabel 4. 9**  
**Penjelasan Responden Terhadap Variabel Efektivitas Menunaikan ZIS Menggunakan QRIS**

No.	Item Pertanyaan	Jawaban					Modus
		SS	S	KS	TS	STS	
1.	Saya memahami penggunaan QRIS sebagai metode	46	22	2	0	0	5

	pembayaran ZIS di Baitul Mal Kota Banda Aceh						
2.	QRIS sebagai metode pembayaran ZIS di Baitul Mal Banda Aceh sesuai dengan kebutuhan saya sebagai donatur	43	24	3	0	0	5
3.	Penggunaan QRIS memungkinkan saya membayar ZIS tepat waktu dan sesuai dengan jadwal yang saya rencanakan	49	19	2	0	0	5
4.	Penggunaan QRIS Baitul Mal banda Aceh berhasil mencapai tujuan dalam memudahkan saya untuk menunaikan ZIS	48	22	0	0	0	5
5.	Dengan adanya QRIS, saya merasakan	55	14	1	0	0	5

	adanya kemudahan dalam membayar ZIS di Baitul Mal Banda Aceh.							
<b>Modus</b>								5

*Sumber: Data Primer (diolah oleh penulis, 2024)*

Berdasarkan Tabel 4.9 diketahui bahwa nilai yang sering muncul pada setiap pertanyaan adalah setuju dengan nilai 5, yang berarti responden memiliki tanggapan “Baik” terhadap pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan efektivitas.

#### **4.4 Uji Instrumen Penelitian**

##### **4.4.1 Uji Validitas**

Uji validitas ini digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan R hitung dari hasil output dengan R tabel yang penyelesaiannya dilakukan dengan menggunakan program SPSS 23, dimana jika  $R_{hitung} > R_{tabel}$  maka pertanyaan disetiap kuesioner tersebut dinyatakan valid, sebaliknya apabila  $R_{hitung} < R_{tabel}$  maka pertanyaan disetiap kuesioner tersebut dinyatakan tidak valid. Dalam penelitian ini dilakukan dengan uji signifikan yang membandingkan nilai R hitung dengan nilai R tabel untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$ . Dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel atau responden. Jadi, dalam penelitian ini  $df = 70-2$  atau  $df = 78$  dengan alpha 5% sehingga didapatkan hasil untuk R tabel = 0.2352

Berikut ini adalah hasil yang diberikan kepada 100 responden dengan memberikan 15 pertanyaan yang dibagi menjadi

2 variabel bebas dan 1 variabel terikat yaitu variabel kepercayaan ( $X_1$ ) sebanyak 5 pertanyaan, variabel efektivitas ( $X_2$ ) sebanyak 5 pertanyaan dan variabel minat ( $Y$ ) sebanyak 5 pertanyaan. Hasil uji validitas untuk penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.10.

**Tabel 4. 10**  
**Hasil Uji Validitas**

No Item Pertanyaan		Variabel	Koefisien Korelasi	Nilai r- tabel (df = 98)	Keterangan
1	X1_1	X <sub>1</sub>	0.682	0.2352	Valid
2	X1_2		0.712	0.2352	Valid
3	X1_3		0.779	0.2352	Valid
4	X1_4		0.830	0.2352	Valid
5	X1_5		0.684	0.2352	Valid
6	X2_1	X <sub>2</sub>	0.635	0.2352	Valid
7	X2_2		0.804	0.2352	Valid
8	X2_3		0.783	0.2352	Valid
9	X2_4		0.698	0.2352	Valid
10	X2_5		0.612	0.2352	Valid
11	Y1	Y	0.530	0.2352	Valid
12	Y2		0.694	0.2352	Valid
13	Y3		0.695	0.2352	Valid
14	Y4		0.733	0.2352	Valid
15	Y5		0.515	0.2352	Valid

Sumber: Data Primer (diolah oleh penulis, 2024)

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat dilihat bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki R hitung positif dan lebih besar di bandingkan dengan R tabel yaitu 0,2352. Maka dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub> dan Y dinyatakan valid.

#### 4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil dari pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama butir pertanyaan kuesioner dikatakan reliabel (layak) jika *Cronbach Alpha* > 0,60 dan dikatakan tidak reliabel jika *Cronbach Alpha* < 0,60 adapun hasil uji Reliabilitas instrumen pertanyaan dengan menggunakan SPSS dapat dilihat pada tabel 4.11.

**Tabel 4. 11**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Nama Variabel</b>	<b>Nilai Minimal Kehandalan</b>	<b>Nilai Cronbach's Alpha</b>	<b>Keterangan</b>
Minat (Y)	0,60	0,750	Reliabel
Kepercayaan (X1)	0,60	0,789	Reliabel
Efektivitas (X2)	0,60	0,780	Reliabel

*Sumber: Data Primer (diolah oleh penulis, 2024)*

Berdasarkan hasil dari uji Reliabilitas pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 hal ini dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan item pertanyaan di setiap variabel dikatakan reliabel (layak) karena memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

## 4.5 Uji Asumsi Klasik

### 4.5.1 Uji Normalitas

Penelitian ini melakukan uji normalitas dengan melihat nilai signifikansi di bagian *Kolmogorov-Smirnov* pada tabel *Test of Normality*. Hasil dari uji normalitas data dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.12.

**Tabel 4. 12**  
**Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.36771028
Most Extreme Differences	Absolute	.147
	Positive	.103
	Negative	-.147
Test Statistic		.147
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001 <sup>c</sup>

Sumber: *Data Primer (diolah oleh penulis, 2024)*

Dari hasil uji normalitas pada tabel 4.12 diketahui bahwa data variabel yang digunakan mempunyai distribusi yang tidak normal. hal ini ditunjukkan oleh nilai *Asym.sig.* sebesar 0,001 yang bernilai lebih kecil daripada 0,05. Untuk memperoleh data yang terdistribusi normal maka data yang bernilai ekstrem (*outlier*) perlu dikeluarkan dari data penelitian. Data yang bernilai ekstrem (*outlier*) dapat diketahui menggunakan *boxplot*.

melalui proses *outlier* terdapat 30 data ekstrem yang dikeluarkan sehingga data penelitian yang berdistribusi normal berjumlah 70 data. Selanjutnya setelah menghilangkan data *outlier* maka melakukan kembali uji normalitas dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan pendekatan Monte Carlo. Hasil uji normalitas setelah dilakukan proses *outlier* data dapat dilihat pada tabel 4.13:

**Tabel 4. 13**  
**Hasil Uji Normalitas setelah dilakukan proses *Outlier***

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual	
N			70	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		.0000000	
	Std. Deviation		1.36771028	
Most Extreme Differences	Absolute		.147	
	Positive		.103	
	Negative		-.147	
Test Statistic			.147	
Asymp. Sig. (2-tailed)			.001 <sup>c</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.082 <sup>d</sup>	
	99% Confidence Interval	Lower Bound		.075
		Upper Bound		.089

Sumber: Data Primer (diolah oleh penulis, 2024)

Berdasarkan hasil dari tabel 4.13 dapat disimpulkan bahwa nilai signifikan dibagian Monte Carlo dalam Tabel *Test of Normality*

sebesar 0,082. jadi dapat disimpulkan bahwa variabel terikat dan bebas dalam penelitian ini terdistribusi secara normal karena nilai signifikan (sig) lebih besar dari 0,05 atau  $0,082 > 0,05$  sehingga model regresi dapat digunakan untuk pengujian hipotesis atau data tersebut dikatakan normal.

#### 4.5.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji adanya korelasi di antara variabel bebas (independent) pada model regresi yang ditentukan. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation factor* (VIF) dari masing-masing variabel. Suatu model regresi dikatakan multikolinieritas apabila nilai *tolerance*  $< 0,10$  dan nilai VIF  $> 10$ . Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel 4.14:

**Tabel 4. 14**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel Bebas	Tolerance	VIF	Keterangan
Kepercayaan ( $X_1$ )	0,573	1,746	Non Multikolinieritas
Efektivitas ( $X_2$ )	0,573	1,746	Non Multikolinieritas

Sumber: Data Primer (diolah oleh penulis, 2024)

Berdasarkan Tabel 4.14 menunjukkan bahwa seluruh nilai *tolerance*  $> 0,10$  (dengan  $X_1 = 0,573$  ;  $X_2 = 0,573$ ) maka dapat dikatakan diantara variabel tidak terjadinya multikolinieritas. Jika dilihat dari hasil perhitungan VIF, bahwa nilai VIF pada semua variabel  $X < 10$  (dengan  $X_1 = 1,746$  ;  $X_2 = 1,746$ ). Jadi, dapat disimpulkan dalam penelitian ini tidak terjadi gejala

multikolinearitas antara variabel independen dalam model regresi dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

#### 4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2021) uji heteroskedastisitas bertujuan mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians antara residual satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel 4.15.

**Tabel 4. 15**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Uji Glejser**

		Coefficients <sup>a</sup>				Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.646	1.585		-.408	.685
	X1	.128	.082	.247	1.562	.123
	X2	-.058	.081	-.113	-.716	.477

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Sumber: Data Primer (diolah oleh penulis, 2024)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel 4.15 menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0,05 yaitu variabel kepercayaan (X1) mempunyai nilai signifikan sebesar  $0,123 > 0,05$ ; variabel efektivitas (X2) mempunyai nilai signifikan sebesar  $0,477 > 0,05$ . Dengan demikian

dapat dikatakan bahwa semua variabel bebas dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 4.6 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan efektivitas terhadap minat membayar ZIS menggunakan QRIS di Baitul Mal Kota banda Aceh. Selain itu untuk mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Hasil pengolahan data analisis regresi berganda dengan menggunakan program SPSS ditunjukkan dalam Tabel 4.16.

**Tabel 4. 16**  
**Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Nama Variabel	B	Std Error	t Statistic	Sig.
Konstanta	6,523	2,364	2,760	0.007
Kepercayaan (X <sub>1</sub> )	0.256	0.123	2,086	0.041
Efektivitas (X <sub>2</sub> )	0.451	0.121	3,738	0.000

*Sumber: Data Primer (diolah oleh penulis, 2024)*

Dari Tabel 4.16 yang diperoleh melalui pengolahan SPSS, didapatkan nilai konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 6,523 dan nilai koefisien regresi ( $\beta$ ) untuk variabel kepercayaan dan efektivitas berturut-turut adalah 0,256 dan 0,451. Persamaan regresi linier berganda yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + \varepsilon$$

$$Y = 6,523 + 0,256X_1 + 0,451X_2 + \varepsilon$$

Model persamaan pada tabel 4.14 dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 6,523 menyatakan bahwa jika adanya variabel kepercayaan ( $X_1$ ) dan efektivitas ( $X_2$ ) maka akan meningkatkan minat ( $Y$ ) sebesar 6,523.
2. Koefisien regresi  $X_1$   
Koefisien regresi  $X_1$  berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Nilai  $b_1$  sebesar 0,256 berarti apabila variabel kepercayaan ( $X_1$ ) mengalami peningkatan sebesar 1 poin maka akan meningkat minat ( $Y$ ) dalam menunaikan ZIS menggunakan QRIS di Baitul Mal Kota Banda Aceh sebesar 0,256, dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
3. Koefisien regresi  $X_2$   
Koefisien regresi  $X_2$  berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Nilai  $b_2$  sebesar 0,451 berarti apabila variabel efektivitas ( $X_2$ ) mengalami peningkatan sebesar 1 poin maka akan meningkat minat ( $Y$ ) dalam menunaikan ZIS menggunakan QRIS di Baitul Mal Kota Banda Aceh sebesar 0,451, dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

## **4.7 Uji Hipotesis**

### **4.7.1 Uji T**

Uji parsial dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual (parsial) berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji parsial atau uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individu dalam

menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013:178). Dari perhitungan didapatkan nilai T tabel sebesar 1,996 yang diperoleh dari  $df = n-k-1 = 70-2-1 = 77$  (dimana k adalah jumlah variabel bebas dan n adalah jumlah sampel). Pengujian ini memiliki ketentuan-ketentuan, yaitu:

1. Jika probabilitas (signifikansi)  $< 0,05$  atau T hitung  $> T$  tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat secara individual.
2. Jika probabilitas (signifikansi)  $> 0,05$  atau T hitung  $< T$  tabel maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang berarti variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel terikatnya secara individual. Hasil dari uji parsial dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.17.

**Tabel 4. 17**  
**Hasil dari uji parsial (Uji T)**

Nama Variabel	T Hitung	t Tabel	Sig.	Keputusan
Kepercayaan (X <sub>1</sub> )	2,086	1,996	0,041	Berpengaruh Signifikan
efektivitas (X <sub>2</sub> )	3,738	1,996	0,000	Berpengaruh Signifikan

*Sumber: Data Primer (diolah oleh penulis, 2024)*

Berdasarkan Tabel 4.17 diperoleh nilai T hitung kepercayaan (X<sub>1</sub>) sebesar 2,086 yang lebih besar dari T tabel sebesar 1,996 dengan nilai probabilitas signifikansi  $0,041 < 0,05$ , artinya variabel

kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Maka dalam penelitian ini  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menunaikan ZIS menggunakan QRIS Baitul Mal Kota Banda Aceh.

Nilai T hitung variabel efektivitas ( $X_2$ ) sebesar 3,738 yang lebih besar dari T tabel 1,996 dengan nilai probabilitas signifikansi  $0,000 < 0,05$ , artinya variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Maka dalam penelitian ini  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya efektivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menunaikan ZIS menggunakan QRIS Baitul Mal Kota Banda Aceh.

#### **4.7.2 Uji F (Uji Simultan)**

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, untuk mengetahui apakah variabel kepercayaan dan efektivitas secara simultan berpengaruh terhadap minat menunaikan ZIS. Variabel independen dikatakan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen apabila nilai F hitung  $> F$  tabel dan nilai probabilitasnya lebih kecil dari 0,05, maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, artinya variabel kepercayaan dan efektivitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sebaliknya, apabila nilai F hitung  $< F$  tabel dan nilai probabilitas signifikansinya lebih besar dari 0,05, maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, artinya variabel kepercayaan dan efektivitas secara

bersama-sama tidak berpengaruh terhadap minat menunaikan ZIS. Hasil dari uji simultan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.18.

**Tabel 4. 18**  
**Uji Simultan (Uji F)**

	<b>F Hitung</b>	<b>F Tabel</b>	<b>Sig.</b>	<b>Keputusan</b>
<b>Nilai</b>	24,893	3,136	0,000	Berpengaruh Signifikan

*Sumber: Data Primer (diolah oleh penulis, 2024)*

Berdasarkan Tabel 4.18 ditampilkan uji F yang dapat dipergunakan untuk memprediksi kontribusi aspek-aspek variabel kepercayaan dan efektivitas terhadap minat menunaikan ZIS. Dari perhitungan didapatkan nilai F hitung sebesar 24,893 dan F tabel sebesar 3,090 yang diperoleh dari  $df = n - k - 1 = 70 - 2 - 1 = 67$  (dimana k adalah jumlah variabel bebas dan n adalah jumlah sampel), karena nilai F hitung  $>$  F tabel atau  $24,893 > 3,136$  dan besar signifikan  $0,000 < 0,05$ , maka hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya variabel independen atau kepercayaan ( $X_1$ ) dan efektivitas ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menunaikan ZIS ( $Y$ ).

#### **4.7.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana tingkat hubungan antara variabel dependen dengan independen atau sebaliknya sejauh mana kontribusi variabel

independen mempengaruhi. Hasil uji determinasi ( $R^2$ ) dapat dilihat pada tabel 4.19.

**Tabel 4. 19**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.653 <sup>a</sup>	.426	.409	1.388	2.123

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

*Sumber: Data Primer (diolah oleh penulis, 2024)*

Berdasarkan tabel 4.19 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,409. Hal ini berarti 40,9 % variabel dependen berupa minat menunaikan ZIS menggunakan QRIS pada Baitul Mal Kota Banda Aceh dapat dipengaruhi oleh variabel kepercayaan dan efektivitas sedangkan sisanya sebesar 59,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

## **4.8 Pembahasan hasil Penelitian**

### **4.8.1 Pengaruh Kepercayaan Penggunaan QRIS Terhadap Minat Membayar ZIS**

Berdasarkan hasil analisis penelitian, diketahui bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam menunaikan Zakat, Infaq, dan Sedekah (ZIS) menggunakan QRIS di Baitul Mal Kota Banda Aceh. Hal ini

dibuktikan dengan nilai T hitung sebesar  $2,086 > T$  tabel sebesar 1,966 serta tingkat signifikansi  $0,000 < 0,041$ . Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dengan maksud kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar ZIS. Artinya, semakin besar tingkat kepercayaan masyarakat terhadap QRIS, semakin tinggi minat mereka untuk menggunakan sistem tersebut dalam menyalurkan ZIS.

Berdasarkan hasil output diatas dapat diartikan bahwa kepercayaan terhadap penggunaan QRIS berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat untuk membayar ZIS di Baitul Mal Kota Banda Aceh dikarenakan masyarakat merasa yakin dengan keamanan, kemudahan, dan transparansi yang ditawarkan oleh sistem QRIS, mereka cenderung lebih aktif dalam menunaikan kewajiban zakat, infaq, dan sedekah. Kepercayaan yang terbangun terhadap QRIS sebagai metode pembayaran yang praktis dan aman membuat masyarakat merasa lebih nyaman untuk bertransaksi, sehingga meningkatkan realisasi ZIS secara keseluruhan. Dengan kata lain, penerapan teknologi yang mudah diakses dan dapat diandalkan ini berpotensi mendorong lebih banyak masyarakat untuk terlibat dalam pembayaran ZIS, yang pada akhirnya dapat memaksimalkan penghimpunan dana sosial yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat.

Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan sebelumnya yang menunjukkan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menunaikan ZIS melalui platform digital.

Penelitian yang dilakukan oleh Miladiyah (2024) mengungkapkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat membayar zakat, infaq, dan sedekah melalui aplikasi NU Online pada masyarakat Nahdlatul Ulama di Kabupaten Bantul. Hal serupa juga ditemukan oleh Zaeni & Abduh (2024), yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat membayar zakat menggunakan platform digital pada BAZNAS di Provinsi Banten. Selain itu, penelitian Syarifah (2022) juga mendukung temuan ini dengan menjelaskan bahwa kepercayaan adalah faktor terpenting yang mempengaruhi minat masyarakat untuk membayar zakat melalui fintech. Dengan demikian, hasil penelitian ini semakin menekankan bahwa kepercayaan terhadap QRIS memiliki peran penting dalam meningkatkan minat masyarakat untuk menunaikan Zakat, Infaq, dan Sedekah (ZIS). Semakin besar tingkat kepercayaan masyarakat terhadap QRIS, semakin tinggi minat untuk menggunakan sistem ini dalam menyalurkan ZIS. Kepercayaan tidak hanya memberikan rasa aman dalam bertransaksi, tetapi juga mendorong masyarakat untuk lebih aktif berpartisipasi dalam pengumpulan dana ZIS. Hal ini semakin mendukung serta memperkuat pandangan bahwa kepercayaan merupakan faktor kunci dalam mendorong minat masyarakat untuk membayar ZIS dengan metode modern, seperti QRIS, yang menawarkan pembayaran secara lebih mudah, efisien, dan aman.

#### **4.8.2 Pengaruh Efektivitas Penggunaan QRIS Terhadap Minat Membayar ZIS**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam menunaikan Zakat, Infaq, dan Sedekah (ZIS) melalui QRIS di Baitul Mal Kota Banda Aceh. Hal ini dibuktikan dengan nilai T hitung sebesar 3,738, > T tabel sebesar 1,996, dan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dengan hasil ini, hipotesis yang menyatakan bahwa efektivitas QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar ZIS diterima. Oleh karena itu pada penelitian ini  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dengan maksud efektivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar ZIS. Dengan demikian, semakin efektif sistem pembayaran QRIS, semakin tinggi pula minat masyarakat untuk menggunakan sistem tersebut dalam menunaikan kewajiban ZIS mereka.

Efektivitas QRIS dalam meningkatkan pembayaran ZIS terlihat melalui kemudahan dan kecepatan yang ditawarkannya. Baitul Mal Kota Banda Aceh berhasil memberikan sosialisasi yang memadai sehingga masyarakat memahami cara kerja dan manfaat dari sistem ini. QRIS memungkinkan pembayaran ZIS dilakukan kapan saja dan di mana saja, mengatasi keterbatasan waktu atau mobilitas yang dimiliki oleh banyak orang. Selain itu, sistem ini meningkatkan transparansi dan efisiensi pengelolaan dana ZIS, yang mendorong lebih banyak masyarakat untuk berpartisipasi. QRIS juga berperan dalam pergeseran dari metode pembayaran tradisional

ke pembayaran digital yang lebih modern, meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya mendukung program sosial dan keagamaan. Secara keseluruhan, QRIS mempermudah pembayaran ZIS, memperluas partisipasi masyarakat, dan mendukung tujuan pemberdayaan umat secara berkelanjutan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan sebelumnya yang menunjukkan bahwa efektivitas penggunaan platform digital berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam menunaikan ZIS. Penelitian yang dilakukan oleh Akbar & Burhan (2023) mengungkapkan bahwa efektivitas penggunaan digital fundraising dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menunaikan ZIS pada lembaga resmi. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi efektivitas digital fundraising maka akan semakin meningkatkan minat masyarakat untuk menunaikan ZIS pada lembaga resmi, karena sistem digital yang efisien dan mudah diakses mendorong partisipasi yang lebih tinggi. Rahmawati & Zaman (2023) juga menemukan bahwa efektivitas penggunaan fintech dapat mempengaruhi minat masyarakat membayar ZIS melalui Aplikasi Kitabisa.com. seperti halnya yang dikatakan oleh Rohmah, Ibdalsyah & Kosim (2020) bahwa efektivitas penggunaan fintech crowdfunding dapat meningkatkan minat masyarakat dalam membayar ZIS. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin efektif suatu platform digital dalam menyediakan kemudahan, transparansi, dan kenyamanan dalam proses pembayaran, semakin besar pula kemungkinan masyarakat untuk berpartisipasi. Dengan demikian,

hasil penelitian ini memperkuat argumen bahwa sistem digital yang efisien dan mudah diakses dapat mendorong masyarakat untuk lebih aktif menunaikan kewajiban ZIS mereka.

Temuan ini semakin memperkuat bahwa efektivitas QRIS berperan penting dalam meningkatkan minat masyarakat untuk menunaikan Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS) secara digital. Semakin efektif sistem pembayaran QRIS, semakin mudah dan nyaman masyarakat dalam melakukan transaksi ZIS, yang pada gilirannya mendorong mereka untuk lebih aktif menggunakan platform ini. Efektivitas QRIS bukan hanya memudahkan proses transaksi, tetapi juga meningkatkan rasa percaya masyarakat terhadap sistem, sehingga mereka merasa lebih yakin dalam menyalurkan ZIS melalui teknologi. Dengan demikian, efektivitas QRIS menjadi elemen krusial yang tidak hanya meningkatkan minat masyarakat, tetapi juga berpotensi besar dalam meningkatkan pengumpulan dana ZIS.

#### **4.8.3 Pengaruh Kepercayaan dan Efektivitas Penggunaan QRIS Secara Bersama-sama Terhadap Minat membayar ZIS**

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, variabel kepercayaan dan efektivitas memiliki pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menunaikan Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS) menggunakan QRIS di Baitul Mal Kota Banda Aceh. Hal ini tercermin dari hasil uji F yang menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 24,893 lebih besar dari F tabel sebesar 3,136 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Ini mengindikasikan

bahwa secara bersama-sama, variabel kepercayaan dan efektivitas mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan QRIS untuk menyalurkan ZIS.

Pengaruh ini semakin jelas ketika melihat nilai koefisien determinasi (Adjusted R<sup>2</sup>) yaitu sebesar 0,409. Artinya, 40,9 % variasi dalam minat masyarakat dapat dijelaskan oleh variabel kepercayaan dan efektivitas QRIS. Sisa 59,1 % dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini. Dengan demikian, kedua variabel ini terbukti sangat penting dalam meningkatkan minat masyarakat untuk beralih ke sistem digital dalam menyalurkan ZIS.

*Pertama*, dari segi kepercayaan, masyarakat semakin yakin bahwa QRIS adalah sistem pembayaran yang aman dan dapat dipercaya. Hal ini terkait dengan integritas QRIS yang menjaga keamanan transaksi dan transparansi dalam pengelolaan dana ZIS. Masyarakat merasa bahwa dana yang mereka salurkan melalui QRIS akan digunakan secara amanah dan sesuai dengan prinsip syariat Islam. Keyakinan ini diperkuat oleh faktor-faktor seperti keterbukaan, kesetiaan, dan kehandalan yang telah ditunjukkan oleh Baitul Mal dalam mengelola dana ZIS. Kepercayaan ini menjadi dasar penting bagi masyarakat untuk memutuskan menggunakan QRIS, karena mereka merasa bahwa transaksi mereka akan dijamin aman dan tepat sasaran.

*Kedua*, efektivitas QRIS juga berperan besar dalam mendorong minat masyarakat untuk menunaikan ZIS. Kemudahan

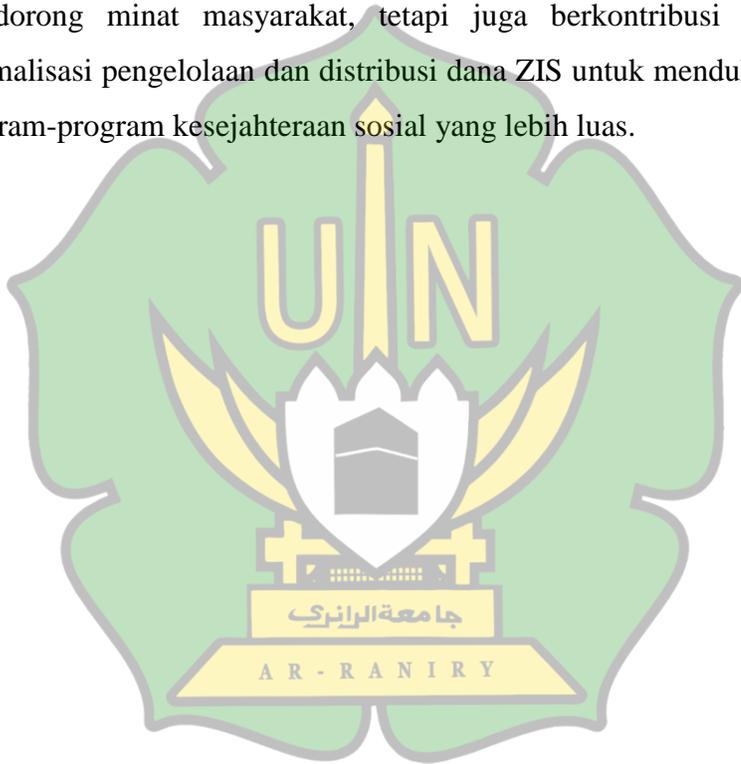
dalam mengakses QRIS kapan saja dan di mana saja, serta kecepatan dalam melakukan transaksi, memberikan kenyamanan lebih bagi masyarakat yang memiliki kesibukan atau keterbatasan waktu. Efektivitas ini memperlihatkan bahwa QRIS mampu menyediakan solusi yang praktis dan efisien, meminimalisir hambatan-hambatan yang ada pada metode tradisional, serta memberikan pengalaman yang lebih baik dalam menunaikan ZIS. Pencatatan transaksi yang otomatis juga memberikan rasa aman bagi masyarakat, karena mereka bisa memantau kontribusi yang telah diberikan dan memastikan dana tersebut digunakan dengan tepat.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa faktor kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap minat masyarakat untuk membayar ZIS melalui platform digital. Seperti yang diungkapkan oleh Syarifah (2022), kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat muzakki untuk membayar zakat melalui fintech. Penelitian Yanti (2023) juga mendukung temuan ini, dengan menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat membayar zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) di Tokopedia Salam. Selain itu, Anggraini & Indriani (2022) dalam penelitiannya di Kabupaten Sidoarjo juga menemukan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk menunaikan ZIS menggunakan digital payment. Fokus penelitian selanjutnya pada variabel efektivitas juga mengungkapkan temuan serupa, di mana efektivitas penggunaan platform digital berpengaruh positif terhadap minat masyarakat

untuk membayar ZIS. Hal ini didukung oleh penelitian Rahmawati & Zaman (2023) yang menyatakan bahwa efektivitas berpengaruh positif terhadap minat menunaikan ZIS melalui aplikasi Kitabisa.com. Penelitian Rohmah, Ibdalsyah & Kosim (2020) juga mengungkapkan bahwa efektivitas penyaluran melalui fintech crowdfunding berpengaruh positif terhadap minat menunaikan ZIS. Semua temuan ini mengindikasikan bahwa baik kepercayaan maupun efektivitas penggunaan platform digital sangat berperan dalam mendorong masyarakat untuk lebih aktif dalam menunaikan ZIS, yang pada akhirnya mendukung pengumpulan dana sosial yang lebih optimal.

Dengan demikian hasil penelitian ini dapat dijelaskan bahwa kepercayaan dan efektivitas QRIS menjadi dua pilar utama yang mendorong meningkatnya minat masyarakat untuk menunaikan Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS) secara digital. Kepercayaan terhadap QRIS sebagai sistem pembayaran yang aman, transparan, dan sesuai prinsip syariat Islam memberikan keyakinan kepada masyarakat bahwa dana yang mereka salurkan akan dikelola dengan penuh amanah dan tepat sasaran. Keyakinan ini semakin memperkuat rasa tanggung jawab masyarakat dalam menyalurkan ZIS, sekaligus memberikan dampak positif nyata bagi para penerima manfaat. Sementara itu, efektivitas QRIS yang memungkinkan transaksi dilakukan dengan mudah kapan saja dan di mana saja, menawarkan kecepatan serta memberikan kemudahan yang tak tertandingi. Bagi masyarakat yang memiliki kesibukan tinggi,

kepraktisan ini menjadi solusi efisien untuk menunaikan kewajiban ibadah secara tepat waktu. Selain itu, sistem ini berhasil mengatasi berbagai kendala yang sering dihadapi pada metode tradisional, seperti proses yang memakan waktu atau risiko kehilangan dana, menjadikan QRIS sebagai pilihan utama dalam menyalurkan ZIS. Dengan demikian, kepercayaan dan efektivitas QRIS tidak hanya mendorong minat masyarakat, tetapi juga berkontribusi pada optimalisasi pengelolaan dan distribusi dana ZIS untuk mendukung program-program kesejahteraan sosial yang lebih luas.



## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang diperoleh temuan hipotesis, maka kesimpulan dari jawaban perumusan masalah sebelumnya mengenai pengaruh kepercayaan dan efektivitas penggunaan QRIS terhadap minat masyarakat menyalurkan ZIS di baitul Mal Kota Banda Aceh, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kepercayaan terhadap penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar ZIS pada masyarakat Muslim kota Banda Aceh. Hal ini dibuktikan dengan nilai T hitung sebesar  $2,086 > T$  tabel  $1,996$  dengan signifikansi  $0,041 < 0,05$ .
2. Efektivitas penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar ZIS pada kalangan masyarakat Muslim Kota Banda Aceh. Hal ini dibuktikan dengan nilai T hitung sebesar  $3,738 > T$  tabel  $1,996$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ .
3. Kepercayaan dan efektivitas penggunaan QRIS secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar ZIS pada kalangan masyarakat Muslim kota Banda Aceh. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung

sebesar 24,893 > F tabel 3,136 dengan signifikansi 0,000 < 0,05

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pihak akademisi dapat memberikan kontribusi mengenai pengembangan teori dan pengetahuan tentang ZIS dan efektivitas penggunaan aplikasi online berkaitan dengan Filantropi Islam.
2. Bagi peneliti selanjutnya dapat meneliti pengaruh variabel lain, seperti persepsi manfaat, norma sosial, regulasi pemerintah, atau literasi digital, terhadap minat membayar ZIS melalui QRIS serta juga dapat menggunakan metode pembayaran lainnya agar dapat membandingkan metode pembayaran mana yang lebih banyak diminati. Atau juga dapat diganti dengan pendekatan kualitatif untuk memahami secara mendalam pengalaman dan persepsi masyarakat terhadap penggunaan QRIS dalam pembayaran ZIS.
3. Pihak Baitul Mal Banda Aceh perlu mengimplementasikan sistem pelaporan otomatis yang terintegrasi dengan layanan QRIS dan bank untuk mencatat jumlah nasabah yang membayar ZIS melalui metode digital, sehingga dapat memperoleh data yang akurat mengenai transaksi digital. Hal ini penting untuk memantau efektivitas digitalisasi zakat,

memastikan transparansi pengelolaan dana ZIS, serta meningkatkan akuntabilitas dalam pengumpulan zakat, infaq, dan shadaqah. Serta juga diharapkan dapat lebih meningkatkan layanan dan membangun tingkat kepercayaan masyarakat agar senantiasa menyalurkan ZIS melalui QRIS sehingga dapat menciptakan perekonomian yang sejahtera dengan memaksimalkan pendapatan dari segi filantropi Islam dengan tujuan pemerataan pendapatan dan mengurangi angka kemiskinan khususnya di Kota Banda Aceh.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, A. S. (2017). *Zakat Ketentuan Dan Pengelolaannya*. Bogor: CV. Anugrahberkah Sentosa.
- Abdullah, I., & Siregar, S. K. (2018). Analisis Efektivitas Pajak Hotel Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan. *Jurnal Ilmiah*, 1(1), 1–13.
- Abdulrahmat. (2003). *Efektivitas implementasi*. PT Rineka Cipta.
- Akbar, F. I., & Burhan, M. U. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Dan Risiko Penggunaan Digital Fundraising Terhadap Minat Pembayaran Dana Zakat, Infaq, Dan Shodaqoh (ZIS) Pada Lembaga Zakat. *Islamic Economics and Finance in Focus*, 2(3).
- Akhnes & Noviyanti, T. E. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Efektivitas Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech): Studi Kasus UMKM Di Kabupaten Bantul. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(2), 65–74.
- Al-Albani, Dkk. (2008). *Shahih At-Tarhib Wa At-Tarhib* (Izzaudin Karim, Trans.). Jakarta: Pustaka Sahaifa.
- Al-Ba'ly, A. A.-H. (2006). *Ekonomi Zakat Sebuah Kajian Moneter dan Keuangan Syariah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- al-Hamida, Z. H. (1994). *Fiqhul Muyassar*. Jakarta: Pustaka Amani.
- Alnabilla. (2021). Minat Masyarakat Untuk Menggunakan Platform Digital Sebagai Sarana Pembayaran Zakat. Skripsi, Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Jakarta.
- Al-Qarni, A. (2008). *Tafsir al Muyassar*. Jakarta: Qisthi.
- Al-Smadi, M., & S.A, A.-W. (2012). The Impact of E-Banking on the Performance of Jordanian Banks. *Journal of Internet Banking*.

- Al-Utsaimin, & Shaleh, S. M. (2014). *Sifat Zakat Nabi*. Darus Sunnah.
- al-Zuhaily, W. (2008). *Fiqh al-Islami wa Adillatuh* (Cet. ke-10). Dimasyq: Dar al-Fikr.
- al-Zuhaily, W. (2011). *Al-Fiqh al-Islam wa Adillatuh* (Terj. Abdul Hayyie al-Kattani, Cet. ke-1). Jakarta: Gema Insani.
- Anggraini, Y. N., & Indrarini, R. (2022). Analisis Pengaruh Literasi Zakat Dan Kepercayaan Terhadap Minat Membayar Zakat Melalui Zakat Digital Pada Masyarakat Di Kabupaten Sidoarjo. *In Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*.5(1).
- Ardito, B., Wilis, K., Hari, K. S., & Hasan, M. (2021). Application of QRIS as Digital Payment in The Tourism Industry During A Pandemic: A Focus Group Discussion (Case Study of Alun-Alun Kidul Yogyakarta). *RSF Conference Series: Business, Management and Social Sciences*, 1(3), 434–438. <https://doi.org/10.31098/bmss.v1i3.373>.
- Ardyanto, D. (2015). *Pengaruh kemudahan dan kepercayaan menggunakan E-commerce terhadap keputusan pembelian online (Survei Pada Konsumen www.petersaysdenim.com)*. Doctoral dissertation, Brawijaya University.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Arosyid, M. Q. (2021). *Studi Analisis Dana Zakat, Infaq Dan Shadaqah Melalui Program NU Berbagi (Studi Kasus Di Lazisnu Kabupaten Kudus)*. Doctoral dissertation, IAIN Kudus.
- Asy-Syaukani, I. (2012). *Tafsir Fathul Qadir*. Jakarta: Pusaka Azzam.
- Azha, A. M. (2016). *Risalah Zakat*. Santri Creative Press & Publishing.
- Azwar, M. (2023). *Pengaruh Teknologi, Religiusitas, dan Kepercayaan (Trust) Masyarakat Terhadap Minat Berinfaq*

*Menggunakan Platform Digital (QRIS) di Kota Banda Aceh Dengan Pendapatan Sebagai Variabel Mediasi (Kajian Pada Jamaah Masjid di Kota Banda Aceh)*. Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

- Azzahroo, R. A., & Estiningrum, S. D. (2021). Preferensi Mahasiswa dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard ( QRIS ) sebagai Teknologi Pembayaran. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 17, 10–17.
- Badan Amil Zakat Nasional. (2018, Desember 5). *baznasdepok.id*. Retrieved from [https://baznasdepok.id/download/Fikih\\_Zakat\\_Kontekstual\\_Indonesia.pdf](https://baznasdepok.id/download/Fikih_Zakat_Kontekstual_Indonesia.pdf)
- Bank Indonesia. (2020). QR Code Indonesian Standard (QRIS). In Bi.Go.Id. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx#>
- Bank Indonesia. (2022). Sistem Pembayaran & Pengelolaan Uang Rupiah. In Bank Indonesia. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistempembayaran/default.asp>
- Bariadi, L., dkk. (2005). *Zakat dan wirausaha*. Jakarta: Centre of Entrepreneurship Development.
- Budi, A. (2014). Kepercayaan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Fokus Ekonomi*, 9(1), 96-108.
- Budiman, Achmad Arief. 2012. Good Governance pada Lembaga Zakat Ziswaf. Semarang: *Lembaga Penelitian IAIN Walisongo*
- Bungin, B. (2013). *Metode Penelitian Sosial Dan Ekonomi: Format-Format Kuantitatif Dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen Dan Pemasaran*. Kencana Prenada Media Group.
- Candra, M. D., Wicaksono, C., & Rizqi, M. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Pelanggan, 01(1), 1-13.

- Desma Ningsih,. (2023). *Efektivitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Toko Kelontong Di Jalan Rinjani Kota Bengkulu)* (Doctoral Dissertation, Uin Fatmawati Sukarno Bengkulu).
- Djazuli. (2007). *Kaidah-kaidah Fikih: Kaidah-kaidah Hukum Islam Dalam Menyelesaikan Masalah-masalah Yang Praktis* (1st ed.). Kencana PrenadaMedia Group.
- El Madani. (2013). *Fiqih Zakat Lengkap*. Diva Press.
- El.Bataini, M.Syafe'i. (2010). *Gaptek (Gampang Praktek) Zakat, Infak dan Sedekah*. Jakarta: Kawah Media.
- Erlina. (2011). *Metodologi Penelitian*. USU Press.
- Ferrinadewi, (2014). Analisa Pengaruh Brand Image, Brand Trust, and Economic Benefit terhadap Niat Pembelian Polis Asuransi PT Seqislife Surabaya.
- Fitra, S. (2024, July 10). Baznas Kumpulkan Dana ZIS Rp33 Triliun Sepanjang 2023. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/berita/nasional/669b3feab3056/baznas-kumpulkan-dana-zis-rp33-triliunsepanjang-2023>
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* (Edisi 7). Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26* (Edisi 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. N. (2009). *Dasar-Dasar Ekonometrika* (2nd ed.). Jakarta: Erlangga.
- Hadi, S. (2015). Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan mobile banking. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis OPTIMUM*, 5(1), 55-67.
- Hafidhuddin, D. (1998). *Agar harta berkah*. Jakarta: Gema Insani Press.

- Hafidhuddin, D. (2002). *Zakat Dalam Perekonomian Modern*. Gema Insani.
- Hafinuhuddin, Didin, *Panduan Praktis tentang Zakat, Infaq, sedekah* (Jakarta: Gema Insani, 1998).
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Growth: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 157-172.
- Harahap, H. A. (2018). *Efektivitas Bimbingan Rohani Dalam Meningkatkan Etos Kerja Karyawan Di Perusahaan Pabrik Sepatu Cv. Kakang Prabu, Kp. Katomas, Tigaraksa Tangerang Banten* (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Hardiansyah Siregar , K., & Andriani , M. (2024). *Manajemen ZISWAF (Zakat, Infaq, Sedekah, Dan Wakaf): Teori Dan Praktik* . Penerbit Tahta Media. Retrieved From <https://Tahtamedia.Co.Id/Index.Php/Issj/Article/View/1068>
- Hermawan, A. (2006). *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. PT Gramedia Widiasarana Indonesia.  
[https://baznasdepok.id/download/Fikih\\_Zakat\\_Kontekstual\\_Indonesia.pdf](https://baznasdepok.id/download/Fikih_Zakat_Kontekstual_Indonesia.pdf)
- Ikaningtias Priyadi, A. (2021). *Analisis Minat Masyarakat Pada Produk Tabungan 'Sakinah' Di Bmt Idrisiyyah Tasikmalaya* (Doctoral dissertation, Universitas Siliwangi).
- Indrapura, P. F. S., & Fadli, U. M. D. (2023). Analisis strategi digital marketing di perusahaan Cipta Grafika. *Jurnal Economina*, 2(8), 1970-1978.
- Ishak, A., & Luthfi, Z. (2011). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas: Studi Tentang Peran Mediasi Switching Costs. *Jurnal Siasat Bisnis*, 15(1), 55-66.

- Jati, N. J. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan dan Penggunaan Sistem E-Ticket (Studi Empiris pada Biro Perjalanan di Kota Semarang). *Journal of Accounting*.
- Jogiyanto, H. M. (2007). *Sistem informasi keperilakuan*. ANDI.
- Kasim, M. U. (2005). *Zakat: Teori, Kutipan Dan Agihan*. Kuala Lumpur: Utusan Publications & Distributors.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2019). *Qur'an Kemenag in Ms. Word Terjemah dan Tafsir*. <https://lajnah.kemenag.go.id>
- Khoirunnisa, K. (2023). Efektivitas Pengawasan Atasan Langsung Terhadap Efektivitas Kerja Pegawai Di Dinas Perhubungan Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Sosial Dan Politik (JIMSIPOL)*, 3(1), 68–75.
- Kholiq, A. (2012). Pendayagunaan Zakat, Infak Dan Sedekah Untuk Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Miskin Di Kota Semarang. *Jurnal riptek*, 6(1), 1-7.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran* (Jilid I, Edisi ke-12). PT Indeks.
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga belas Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Erlangga.
- Lapopo, J. (2017). Pengaruh ZIS (Zakat, Infak, Sedekah) Dan Zakat Fitrah Terhadap Penurunan Kemiskinan Di Indonesia Periode 1998-2010. *Media Ekonomi*, 20(1), 83-108.
- Makmur, A. (2015). Efektivitas Penggunaan Metode Base Method Dalam Meningkatkan Kreativitas Dan Motivasi Belajar Matematika Siswa SMP N 10 Padang sidempuan.
- Mardani. (2011). *Hukum Ekonomi Syariah Di Indonesia*. Refika Aditama.

- Mardiana, Y. N., & dkk. (2022). Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Kemudahan Teknologi Internet Terhadap Efektivitas Perusahaan di JABODETABEK. *Ekonomika Universitas Trisakti*.
- Mardiasmo. (2017). Perpajakan (Revisi). Andi.
- Mardliyaturrohmah, B. (2020). Pengaruh Pemahaman Zakat, Pendapatan, Religiusitas, Kepercayaan, Dan Lingkungan Sosial Muzakki Terhadap Minat Membayar Zakat: Studi Pada Pemilik Kos di RW 05. <http://digilib.uinsby.sc.id/42257/>
- Masduki. (2014). *Fiqh Zakat*. Pusat Penelitian dan Penerbitan Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat.
- Maulidya, N. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko Dan Efektivitas Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Platform Crowdfunding Berbasis QR Code. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 1(2), 325-354.
- Maya Andriani dan Kristiana Widiawati (2017). Penerapan Motivasi Karyawan Menurut Teori Dua Faktor Frederick Herzberg Pada PT Aristika Kreasi Mnadiri. *Jurnal Administrasi Kantor*. 5 (1). Hal 83-98.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust: Past, Present, And Future. *Academy of Management Review*, 30(3), 709-734.
- McKnight, D. H., et al. (2011). Trust in a specific technology. *Management Information Systems*.
- Miladiyah, F. (2024). *Pengaruh Pengetahuan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Bayar Zakat Infak Dan Sedekah Melalui Aplikasi Nu Online Pada Masyarakat Kabupaten Bantul*. Doctoral Dissertation, Iiq An Nur Yogyakarta.
- Muawanah, R. (2019). Pengaruh kepercayaan dan citra lembaga terhadap minat donatur membayar ZIS (Zakat, Infaq, dan

- Shadaqah) di Lembaga Amil Zakat Ummul Quro (LAZ-UQ) Jombang. *Journal of Business and Innovation Management*, 1(2), 111-127.
- Muawanah, R. (2019). Pengaruh Kepercayaan Dan Citra Lembaga Terhadap Minat Donatur Membayar ZIS (Zakat, Infaq, Dan Shadaqah) Di Lembaga Amil Zakat Ummul Quro (LAZ-UQ) Jombang. *Journal of Business and Innovation Management*, 1(2), 111-127.
- Mui'is, Fahrur. (2011) *Panduan Mudah Lengkap dan Praktis Tentang Zakat*. Jakarta:PT.Tiga Serangkai Pustaka Mandiri,
- Mu'iz Abdul., H. I. (2022). Analisis Hukum Islam Terhadap Penentuan Zakat Fitrah Dengan Uang Tunai Perspektif Empat Madzhab Fiqih (Telaah Kitab Al-Fiqh Al-Islam Wa Adillatuh). *Kajian Islam*.
- Mujahidin, A. (2020). Pengaruh Fintech e-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(2), 143–150.
- Muthoifin, N. A. K. (2021). Didin Hafidhuddin Thinking About The Concept Of Zakat Distribution. *In Proceeding International Conference on Sharia and Legal Studies (ICSLS)* (Vol. 1).
- Mutiarazora, M. (2021). Transformasi Ekonomi Berbasis Digital. *Journal of Economics and Regional Science*, 1(2), 84-96. <https://doi.org/10.52421/jurnal-esensi.v1i2.189>
- Naldi, G. A., & Muljaningsih, S. (2022). Pengaruh Motivasi, Persepsi Risiko, Pengetahuan terhadap Investasi pada UMKM melalui Platform Securities Crowdfunding. *Islamic Economic and Finance in Focus*, 1(1), 50–60.
- Nasution, L. (1995). *Fiqh Islam*. Jakarta: Logos.
- Novianti, A. (2022). Pengaruh Religiusitas, Trust, Dan Time Efficiency Terhadap Penggunaan Fitur Muamalat Din QRIS (Mqris) Dalam Kemudahan Berdonasi Ke Lembaga ZISWAF Di Kota Bandar Lampung.

- Noviyanti, A., & Erawati, T. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Efektivitas terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) Studi Kasus UMKM di Kabupaten Bantul. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 4(2), 65-74..
- Nugroho, A. S., & Nurkhin, A. (2019). Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Pengetahuan Zakat Terhadap Minat Membayar Zakat Profesi Melalui BAZNAS Dengan Faktor Usia Sebagai Variabel Moderasi. *Economic Education Analysis Journal*, 955-966.
- Nurudin, M. A. (2006). *Zakat Sebagai Instrumen Dalam Kebijakan Fiskal*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Nurudin, N., Azizah, W. N., & Rusli, R. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. *Jurnal Perbankan dan Keuangan Syariah*, 2(2), 200-222.
- Nuruddin, N. A. H. H. (2022). A Study Of The Future And Its Relationship To The Development Of The Digital People: Kajian Masa Depan Dan Hubungannya Dengan Pembangunan Umat Digital. *Al-Qanadir: International Journal of Islamic Studies*, 27(2), 71-79.
- Octavia, D., & Hafizh, M. D. (2019). Faktor -Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen E-Payment (Studi Kasus: Pengguna Kartu Kredit Dan Debit Di Kota Bandung). *Jurnal Manajemen Indonesia*, 19(1), 01-09.
- Pantiyasa, I. (2013). *Metodologi Penelitian*. ANDI.
- Pramitha, A., & Kusumanintyas. (2020). QRIS. Kediri: Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Pratama dan Suputra (2019), Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik Vol.27.2.Mei (2019): 927 - 953, *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*.

- Pristi, E. D., & Setiawan, F. (2019). Analisis Faktor Pendapatan Dan Religiusitas Dalam Mempengaruhi Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Profesi. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 17(1), 32–43. <https://doi.org/10.31603/bisnisekonomi.v17i1.2740>
- Purba, M., Samsir, S., & Arifin, K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Niat Menggunakan Kembali Aplikasi OVO Pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 12(1), 151-170.
- Putri, I. C. (2023). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech) Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa FEBI Pengguna Layanan Dana)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Qal'ahji, M. R. (1999). *Ensiklopedi Fiqih Umar Bin Khattab RA*. Dar Al-Fikr.
- Qardawi, Y (2002). *Hukum Zakat*, Bogor: Pustaka Litera Antar Nusa.
- Qardawi, Y. (1991). *Fiqh Al-Zakah Dirasah Muqaranah Li Ahkamiha Wafalsafatiha Fi Dlau-I Al-Qur'an Wa Al-Sunnah*. Beirut: Muassasah al-Risalah.
- Qardawi, Y. (1996). *Hukum Zakat: Studi Komparatif Mengenai Status Dan Filsafat Zakat Berdasarkan Qur'an Dan Hadits*. Pustaka Litera Antar Nusa.
- Qardawi, Y. (2006). *Hukum Zakat*. Pustaka Litera Antar Nusa.
- Qardawi, Y. (2011). *Fiqh Zakat*. Bogor: Pustaka Litera Antar Nusa.
- Rahmawati, I., Puspita, E., & Zaman, B. (2023). *Persepsi Masyarakat Terhadap Kemudahan Berdonasi Dan Efektifitas Penggunaan Fintech Dalam Membayar Zakat*

*Dan Sedekah Pada Aplikasi Kitabisa (Studi Kasus Desa Sumberbendo Kecamatan Pare).* Doctoral Dissertation, Universitas Nusantara PGRI Kediri.

- Ridhwan, R. M., Moko, W., & Hadiwidjojo, D. (2021). The impact of e-brand experience on e-brand loyalty mediated e-brand love and e-brand trust: A study on Go-Pay users in Go-Jek application in Malang City. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147- 4478), 10(3), 132–138. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v10i3.1154>
- Rifa'i, M., dkk. (1997). *Kifayatul Akhyar* (Terj., Jilid 1). Surabaya: PT Bina Ilmu.
- Rohimah, A. (2018). Era Digitalisasi Media Pemasaran Online Dalam Gugurnya Pasar Ritel Konvensional. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 91-100.
- Rohmah, I. L., Ibdalsyah, I., & Kosim, A. M. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Berdonasi Dan Efektivitas Penyaluran Menggunakan Fintech Crowdfunding Terhadap Minat Membayar Zakat, Infaq, Shadaqah. *Kasaba: Jurnal Ekonomi Islam*, 13(1), 42-51. <https://doi.org/10.32832/kasaba.v13i1.3397>
- Rosadi, Aden. (2019). *Zakat dan Wakaf (Konsepsi, Regulasi, dan Implementasi)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Rouillard, J. (2008). Contextual QR codes. *Proceedings of the Third International Multi-Conference on Computing in the Global Information Technology*, 1-6. <https://doi.org/10.1109/iccg.2008.25>
- Sa'diyah, W., & Marlina, N. (2018). Use of e-toll card: Statified Consumers. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 14(2), 75. <https://doi.org/10.29406/jmm.v14i2.1193>
- Sabiq, S. (1987). *Fiqh as-Sunnah 3* (Terj., Cet. ke-1). Bandung: al-Ma'arif.

- Salam, T., & Yanti, R. H. Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas Dan Kepercayaan Terhadap Minat Bayar Zakat, Infak, Sedekah (Zis) Di tokopedia salam : studi kasus mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang
- Santoso, R. I. 2019. Strategy For Optimizing Zakat Digitalization in Alleviation Poverty in Era Industrial Revolution 4.0. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4(1), 35-52.
- Santoso, S. (2012). *Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Saputra, T. (2022). Hikmah Sedekah Dalam Al-Qur'an Dan Hadis. In *Gunung Djati Conference Series* (Vol. 8, pp. 347-356).
- Setiadi, Nugroho J. (2013). *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Siregar, S. (2015). *Statistika Terapan Untuk Perguruan Tinggi*. PT Kharisma Putra Utama.
- Siswanti, Tutik. (2022). Analisis Pengaruh Manfaat Ekonomi, Keamanan, dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech). *Jurnal Bisnis dan Akuntansi Unsuraya* 7(2), 90
- Situmorang, S. H. (2010). *Analisis Data: Untuk Riset Manajemen Dan Bisnis*. USU Press
- Slameto. (2010). *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Soemitra, A., & Nasution, J. (2021). The Influence Of Zakat Literacy , Trust , And Ease Of Digital Payments On Generation Z And Y Intention In Paying Zakat To Amil Zakat Organizations. *International Conference Of Zakat*, 323-333. <https://doi.org/https://doi.org/10.37706/iconz.2021.266>
- Sriekaningsih, A. (2020). QRIS dan Era Baru Transaksi Pembayaran 4.0 (I). CV Andi Offset.
- Subagyo, P., & Djarwanto. (2019). *Statistika Induktif*. BPFE.

- Sucahyowati, H. (2017). *Manajemen: Sebuah Pengantar*. PT Wilis.
- Sugiyono, (2013), *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: ALFABETA)
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suharyat, Y. (2010). Hubungan Antara Sikap, Minat dan Perilaku, *Jurnal Region*, 2(1): 1-10.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Statistik Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Sulisdika, S. D., Syahrizal, T. M., & Nurlina, E. (2022). Determinan Intensi Perilaku Muslim Kota Banda Aceh Berdonasi Melalui Digital Payment. *At-Tasyri': Jurnal Ilmiah Prodi Muamalah*, 14(1), 87-99.
- Suliyanto. (2009). *Metode Riset Bisnis*. ANDI.
- Syamsuddin. (2019). Pentingnya Membangun Kepercayaan (Trust) Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai Tata Usaha Sekolah. *Jurnal Al-Ta'dib*, 53(9), 6-7.
- Syarifah, L. (2022). *Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan Dan Digital Literacy Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Melalui Fintech*. Doctoral Dissertation, S1 Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
- Tandun, C. (2014). Analisa Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Economic Benefit Terhadap Niat Pembelian Polis Asuransi PT. Sequislife di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-11.
- Taqiyuddin an-nabhani. (2004). *Nizām al-iqtisidadi fil Islam*, Beirut: darul ummah..
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis*. Rajawali.

- Utami, N. S., Muthohar, A. M., & Ridlo, M. (2021). Analisis Tingkat Pendapatan, Kepercayaan dan Reputasi terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating. *IQTISHODUNA*, 17(1), 1–16. <https://doi.org/10.18860/iq.v17i1.10630>.
- Wahjono, S. I., Surabaya, U. M., & Yulianti, R. (2023). Fintech (RianiYulianti20201221002). March.
- Walgito, B. (2004). *Pengantar Psikologi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Widarjono, A. (2009). *Ekonometrika Pengantar dan Aplikasinya* (3<sup>rd</sup> ed.). Yogyakarta: Ekonisia.
- Widjaya, C. R. (2017). Penggunaan Metode Ijtihad Intiqa'i Dalam Pengelolaan Zakat Produktif Di Koperasi KPRI Sabilulungan Bandung. *Jurnal Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Gunung Djati Bandung*.
- Wildan, M. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech).
- Yahya, M. R. (n.d.). *Buku Pintar Praktis Fiqih & Amaliyah Zakat*. Pustaka Nawaitu
- Yazid. (2017). *Sedekah Sebagai Bukti Keimanan Dan Penghapus Dosa*. Bogor: Pustaka At-Taqwa.
- Zaeni, N., Mukhsin, M., & Abduh, M. (2024). Pengaruh Literasi Zakat dan Kepercayaan terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat Menggunakan Platfrom Digital pada Baznas di Provinsi Banten. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(2).
- Zahrah, A. (1995). *Zakat Dalam Perspektif Sosial*. PT Pustaka Firdaus.
- Zamzami, A. K., Karim, S. B., & Junriana, M. S. (2016). Efektivitas Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 18 Tahun 2013 tentang Akta Kelahiran yang Melampaui Batas 1 (Satu)

Tahun pada Dinas Kependudukan. *Jurnal Ilmu Pemerintahan: Kajian Ilmu Pemerintahan dan Politik Daerah*, 1(2), 209-228.

Zuhayly, W. (2008). *Zakat Kajian Berbagai Mazhab*. Dar Al-Fikr.

Zulkifli. (2014). *Panduan Praktis Pintar Memahami Zakat*. Pekanbaru: UIN Suska Press.



## Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

### SURAT PENGANTAR KUESIONER

Kepada Yth.

Bapak/Ibu

Di Tempat

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

Dengan hormat, dengan ini saya sampaikan bahwa dalam rangka penyusunan tugas akhir (Skripsi) pada program studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, saya:

Nama : Hilwa Shabira  
NIM : 210602020  
Jurusan : Ekonomi Syariah

Sedang dalam proses penelitian yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan Dan Efektivitas Penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* Terhadap Minat Membayar Zakat Infaq dan Sedekah (Studi Kota Banda Aceh)”

Demi kesuksesan penelitian ini, Saya mengharap kesediaan Bapak/Ibu untuk sedikit meluangkan waktunya guna mengisi kuesioner penelitian yang saya sertakan berikut ini. Saya menjamin kerahasiaan data Bapak/Ibu dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian. Atas kesediaannya dalam mengisi kuesioner ini, saya mengucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

## A. DATA RESPONDEN

Nama :

Jenis Kelamin :  Laki-Laki  Perempuan

Tingkat Pendidikan :  SMA/SMK/MAN  
 Diploma (D3)  
 Sarjana (S1)  
 Pascasarjana (S2)

Umur :  20-24 Tahun  
 25-30 Tahun  
 31-35 Tahun  
 Diatas 36 tahun

Tingkat Pendapatan :  1.500.000-2.400.000  
 2.500.000-4.400.000  
 4.500.000-8.400.000  
 Diatas 8.400.000

Filantropi ditunaikan :  Zakat Penghasilan  
 Zakat Perdagangan  
 Zakat Emas dan Perak  
 Infaq  
 Sedekah

## B. PETUNJUK PENGISIAN KUISIONER

Jawablah pertanyaan/ pernyataan sesuai dengan realita dan harapan sebenarnya menurut anda, berikan tanda centang (√) pada pilihan jawaban yang tersedia (rentang angka dari 1 sampai 5) sesuai dengan pendapat anda. Setiap angka akan mewakili tingkat kesesuaian dengan pendapat anda:

1= Sangat Tidak Setuju (STS)

2= Tidak Setuju (TS)

3= Kurang Setuju (KS)

4= Setuju (S)

5= Sangat Setuju (SS)

No	Pernyataan/ pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
<b>Kepercayaan (X<sub>1</sub>)</b>						
1	Saya menyalurkan ZIS menggunakan QRIS Baitul Mal Banda Aceh karna bersikap jujur dalam memberikan informasi dan berita kepada penggunanya.					
2	Saya percaya bahwa QRIS Baitul Mal Banda Aceh memiliki perhatian khusus untuk memberikan pelayanan terbaik bagi penggunanya.					

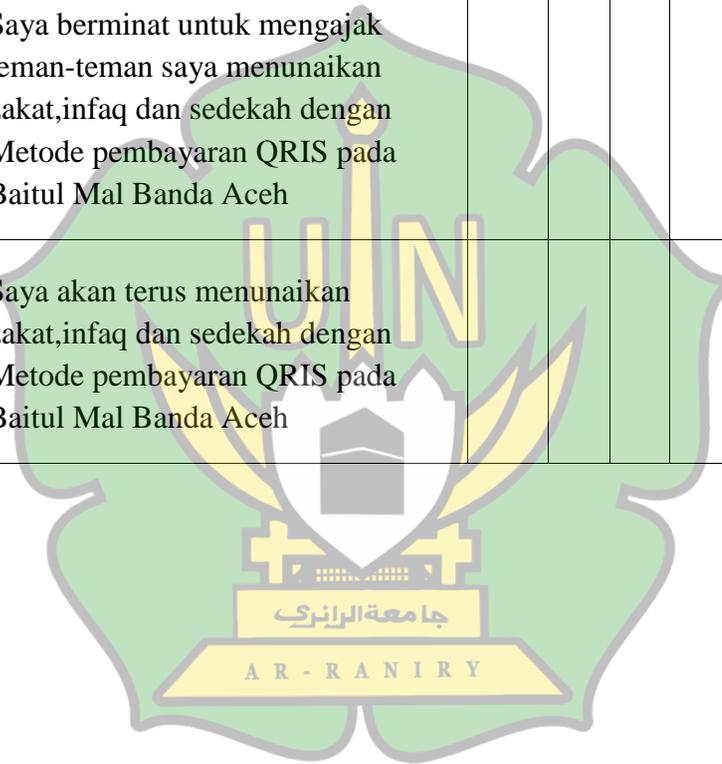
3	Saya percaya bahwa menunaikan Zakat, infaq dan sedekah dengan menggunakan Metode pembayaran QRIS Baitul Mal Banda Aceh bertanggung jawab dalam setiap transaksi nasabahnya.					
4	Metode pembayaran QRIS Baitul Mal Banda Aceh dapat mempertanggung jawabkan kinerjanya baik secara vertikal (Tuhan) maupun secara horizontal (masyarakat umum)					
5	Saya percaya bahwa menyalurkan ZIS menggunakan QRIS sesuai dengan kebutuhan saya.					

No	Pernyataan/ pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
<b>Efektifitas (X<sub>2</sub>)</b>						
1	Saya memahami penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran ZIS di Baitul Mal Kota Banda Aceh					
2	QRIS sebagai metode pembayaran ZIS di Baitul Mal Banda Aceh sesuai dengan kebutuhan saya sebagai donatur					

3	Penggunaan QRIS memungkinkan saya membayar ZIS tepat waktu dan sesuai dengan jadwal yang saya rencanakan					
4	Penggunaan QRIS Baitul Mal banda Aceh berhasil mencapai tujuan dalam memudahkan saya untuk menunaikan ZIS					
5	Dengan adanya QRIS, saya merasakan adanya kemudahan dalam membayar ZIS di Baitul Mal Banda Aceh.					

No	Pernyataan/ pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
<b>Minat (Y)</b>						
1	Saya tertarik menunaikan zakat, infaq dan sedekah dengan Metode pembayaran QRIS pada Baitul Mal Banda Aceh					
2	Saya merasa senang menunaikan zakat, infaq dan sedekah dengan Metode pembayaran QRIS pada Baitul Mal Banda Aceh karena dapat memudahkan pembayaran saya.					

3	<p>Saya lebih tertarik menunaikan zakat, infaq dan sedekah dengan Metode pembayaran QRIS pada Baitul Mal Banda Aceh dibandingkan dengan cara tradisional.</p>					
4	<p>Saya berminat untuk mengajak teman-teman saya menunaikan zakat,infaq dan sedekah dengan Metode pembayaran QRIS pada Baitul Mal Banda Aceh</p>					
5	<p>Saya akan terus menunaikan zakat,infaq dan sedekah dengan Metode pembayaran QRIS pada Baitul Mal Banda Aceh</p>					



## Lampiran 2 Tabulasi Data

X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1
5	5	5	4	4	23
5	4	4	5	5	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	4	22
4	4	5	5	5	23
4	4	5	4	5	22
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	5	4	4	5	22
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	4	21
5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	4	22
5	4	5	4	5	23
5	5	4	4	4	22
5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	4	23
4	5	5	4	4	22
5	4	4	4	4	21
5	5	5	5	4	24
5	4	5	5	5	24
4	4	5	5	5	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	3	4	4	5	21

4	5	5	4	4	22
5	4	5	5	4	23
4	4	4	4	4	20
5	5	4	4	4	22
4	5	5	4	4	22
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	4	4	5	4	22
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	5	22
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	5	5	5	5	24
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	4	4	5	5	23
4	3	4	4	5	20
4	5	4	4	5	22
5	4	5	5	5	24
4	4	4	5	5	23
4	5	5	5	4	23
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	5	23
5	5	5	5	5	25

X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2
5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	5	24
5	4	4	4	5	22
5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	5	23
4	4	5	5	4	22
5	5	4	5	5	24
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	5	23
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	4	24
4	5	5	4	5	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	4	21
4	5	5	5	5	24
3	4	4	4	4	19
5	4	5	5	5	24
4	4	5	5	5	23
4	4	5	4	5	22
5	4	3	4	4	20
4	4	4	4	5	21
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	4	4	5	3	21
5	3	4	4	5	21
4	4	5	5	5	23
4	4	4	4	5	21

4	4	5	4	5	22
4	4	4	5	5	22
5	5	4	4	5	23
5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	4	23
3	3	4	5	5	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	5	24
4	4	5	5	5	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	3	3	5	5	21
5	5	5	4	4	23
5	5	5	5	4	24
5	5	5	4	5	24
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25

Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y
5	4	5	5	4	23
5	5	5	4	5	24
5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	5	24
5	5	5	4	4	23
5	5	5	5	4	24
5	5	4	5	4	23
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	5	24
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	5	22
4	5	4	4	4	21
5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	5	23
5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	5	23
4	5	5	5	5	24
4	5	4	4	3	20
5	5	5	5	5	25
3	5	5	5	4	22
5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	4	21
5	4	4	5	5	23
4	4	5	5	5	23
5	5	4	4	5	23
5	5	4	5	5	24
4	4	4	4	5	20
5	5	3	5	5	23
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	4	24
4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	21
4	4	5	4	4	21
5	5	5	4	5	24
4	4	4	4	5	21

5	4	4	4	5	22
5	4	4	4	5	22
5	5	5	4	4	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	5	24
5	4	3	3	5	20
4	5	5	4	5	23
5	4	3	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	5	22
4	4	4	3	5	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
2	4	5	5	5	21
5	5	5	5	5	25
4	4	3	4	5	20
4	5	5	5	5	24
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	3	5	5	23
4	5	5	5	5	24
5	4	5	4	5	23
5	3	3	4	5	20
5	4	5	5	5	24
5	4	5	5	5	24
4	5	5	5	5	24
5	4	5	5	5	24
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25

### Lampiran 3 Hasil Uji Validitas

		Correlations					
		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1
X1_1	Pearson						
	Correlation	1	.353**	.315**	.529**	.328**	.682**
	Sig. (2-tailed)		.003	.008	.000	.006	.000
N		70	70	70	70	70	70
X1_2	Pearson						
	Correlation	.353**	1	.549**	.383**	.268*	.712**
	Sig. (2-tailed)	.003		.000	.001	.025	.000
N		70	70	70	70	70	70
X1_3	Pearson						
	Correlation	.315**	.549**	1	.618**	.405**	.779**
	Sig. (2-tailed)	.008	.000		.000	.001	.000
N		70	70	70	70	70	70
X1_4	Pearson						
	Correlation	.529**	.383**	.618**	1	.558**	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000	.000
N		70	70	70	70	70	70
X1_5	Pearson						
	Correlation	.328**	.268*	.405**	.558**	1	.684**
	Sig. (2-tailed)	.006	.025	.001	.000		.000
N		70	70	70	70	70	70
X1	Pearson						
	Correlation	.682**	.712**	.779**	.830**	.684**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
N		70	70	70	70	70	70

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Correlations**

		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2
X2_1	Pearson Correlation	1	.500**	.224	.276*	.179	.635**
	Sig. (2-tailed)		.000	.062	.021	.138	.000
	N	70	70	70	70	70	70
X2_2	Pearson Correlation	.500**	1	.620**	.352**	.282*	.804**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.003	.018	.000
	N	70	70	70	70	70	70
X2_3	Pearson Correlation	.224	.620**	1	.512**	.404**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.062	.000		.000	.001	.000
	N	70	70	70	70	70	70
X2_4	Pearson Correlation	.276*	.352**	.512**	1	.406**	.698**
	Sig. (2-tailed)	.021	.003	.000		.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70
X2_5	Pearson Correlation	.179	.282*	.404**	.406**	1	.612**
	Sig. (2-tailed)	.138	.018	.001	.000		.000
	N	70	70	70	70	70	70
X2	Pearson Correlation	.635**	.804**	.783**	.698**	.612**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	70	70	70	70	70	70

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Correlations**

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.229	.050	.175	.222	.530**
	Sig. (2-tailed)		.056	.680	.148	.065	.000
	N	70	70	70	70	70	70
Y2	Pearson Correlation	.229	1	.425**	.454**	.107	.694**
	Sig. (2-tailed)	.056		.000	.000	.380	.000
	N	70	70	70	70	70	70
Y3	Pearson Correlation	.050	.425**	1	.443**	.169	.695**
	Sig. (2-tailed)	.680	.000		.000	.162	.000
	N	70	70	70	70	70	70
Y4	Pearson Correlation	.175	.454**	.443**	1	.265*	.733**
	Sig. (2-tailed)	.148	.000	.000		.026	.000
	N	70	70	70	70	70	70
Y5	Pearson Correlation	.222	.107	.169	.265*	1	.515**
	Sig. (2-tailed)	.065	.380	.162	.026		.000
	N	70	70	70	70	70	70
Y	Pearson Correlation	.530**	.694**	.695**	.733**	.515**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	70	70	70	70	70	70

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Lampiran 4 Hasil Uji Realiabilitas

### Uji Realiabilitas X1

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.789	6

### Uji Realiabilitas X2

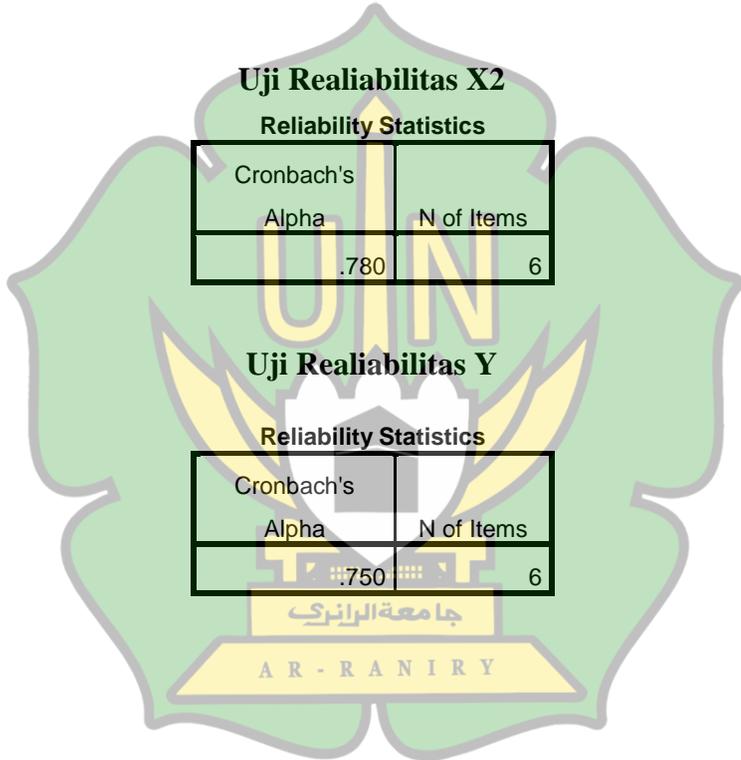
#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.780	6

### Uji Realiabilitas Y

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.750	6



## Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik

### Hasil Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.36771028
Most Extreme Differences	Absolute	.147
	Positive	.103
	Negative	-.147
Test Statistic		.147
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.36771028
Most Extreme Differences	Absolute	.147
	Positive	.103
	Negative	-.147
Test Statistic		.147
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001 <sup>c</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed)		.082 <sup>d</sup>
99% Confidence Interval	Lower Bound	.075
	Upper Bound	.089

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

## Hasil Uji Multikolonieritas

Model		Coefficients <sup>a</sup>				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	6.523	2.364		2.760	.007		
	X1	.256	.123	.255	2.086	.041	.573	1.746
	X2	.451	.121	.457	3.738	.000	.573	1.746

a. Dependent Variable: Y

## Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.646	1.585		-.408	.685
	X1	.128	.082	.247	1.562	.123
	X2	-.058	.081	-.113	-.716	.477

a. Dependent Variable: ABS\_RES

## Lampiran 6 Uji Hipotesis

### Hasil Uji Koefisien Determinasi

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.523	2.364		2.760	.007		
	X1	.256	.123	.255	2.086	.041	.573	1.746
	X2	.451	.121	.457	3.738	.000	.573	1.746

a. Dependent Variable: Y

### Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	95.912	2	47.956	24.893	.000 <sup>b</sup>
	Residual	129.074	67	1.926		
	Total	224.986	69			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

### Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.523	2.364		2.760	.007		
	X1	.256	.123	.255	2.086	.041	.573	1.746
	X2	.451	.121	.457	3.738	.000	.573	1.746

a. Dependent Variable: Y

## Lampiran 7 Karakteristik Responden

### JENIS KELAMIN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid PEREMPUAN	55	78.6	78.6	78.6
LAKI-LAKI	15	21.4	21.4	100.0
Total	70	100.0	100.0	

### TINGKAT PENDIDIKAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMA/SMK/MAN SEDERAJAT	51	72.9	72.9	72.9
SARJANA (S1)	18	25.7	25.7	98.6
PASCASARJANA	1	1.4	1.4	100.0
Total	70	100.0	100.0	

### UMUR

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 20-24 tahun	55	78.6	78.6	78.6
25-30 tahun	5	7.1	7.1	85.7
31-35 tahun	1	1.4	1.4	87.1
dias 35 tahun	9	12.9	12.9	100.0
Total	70	100.0	100.0	

### DOMISILI

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid BAITURRAHMAN	2	2.9	2.9	2.9
JAYA BARU	8	11.4	11.4	14.3
LUENG BATA	4	5.7	5.7	20.0
BANDA RAYA	4	5.7	5.7	25.7
KUTA ALAM	9	12.9	12.9	38.6
MEURAXA	2	2.9	2.9	41.4

KUTARAJA	5	7.1	7.1	48.6
ULEE KARENG	12	17.1	17.1	65.7
SYIAH KUALA	24	34.3	34.3	100.0
Total	70	100.0	100.0	

#### TINGKAT PENDAPATAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rp. 1.500.000 sd Rp. 2.400.000	50	71.4	71.4	71.4
Rp. 2.500.000 sd Rp. 4.400.000	10	14.3	14.3	85.7
Rp. 4.500.000 sd Rp. 8.400.000	7	10.0	10.0	95.7
Diatas Rp. 8.400.000	3	4.3	4.3	100.0
Total	70	100.0	100.0	

#### FILANTROPI YANG DITUNAIKAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ZAKAT	6	8.6	8.6	8.6
PENGHASILAN	30	42.9	42.9	51.4
INFAQ	34	48.6	48.6	100.0
SEDEKAH				
Total	70	100.0	100.0	

جامعة الرانيري

AR - RANIRY