

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era modern ini, persoalan zakat menjadi signifikan bukan saja karena dimensi mahdah ibadah semata) dan sosial yang dimilikinya, melainkan juga terjadinya perluasan dan perkembangan pada sektor yang dikenai wajib zakat. Melansir dari data World Population Review, Indonesia menjadi negara dengan jumlah penduduk muslim terbanyak kedua di dunia. Dimana terdapat sekitar 236 juta penduduk di Indonesia yang melemuk agama Islam. Umat muslim memiliki kewajiban yang harus dilaksanakan salah satunya zakat. Hukum mengenai zakat telah di atur dalam Al-Quran dan sunnah. Dengan demikian banyaknya penduduk yang beragama muslim ini, mendorong sebagian masyarakat di Indonesia bergerak mendirikan sebuah lembaga yang bertugas untuk menghimpun, mengelolah dan menyalurkan zakat secara maksimal guna memenuhi kebutuhan umat.

Namun, sebagian besar dari masyarakat di Indonesia memilih menyalurkan zakat secara langsung dimana *muzzaki* akan memberikan zakat secara langsung, kepada *mustahik* dikarenakan kurangnya rasa percaya masyarakat terhadap sebuah lembaga zakat, serta kurangnya pemahaman masyarakat terkait proses pembayaran zakat secara lebih mudah.¹ Hal ini tentunya menjadi tantangan besar bagi sebuah lembaga zakat dalam menarik minat orang *muzzaki* untuk menyalurkan zakat, infaq dan sedekah pada lembaga tersebut. Untuk mengambil kepercayaan masyarakat, sebuah lembaga harus mampu membangun citra lembaga yang baik. Membangun citra lembaga yang baik tentunya akan memudahkan sebuah lembaga bergerak dalam mencapai tujuan yang telah dirancang. Menurut Kotler & Keller dalam bukunya citra adalah suatu hal suatu hal yang penting bagi sebuah

¹ Asnaini Asnaini, "Minat Muzakki Membayar Zakat Melalui Lembaga (Studi Kasus Di Provinsi Bengkulu)," *Nuansa: Jurnal Studi Islam dan Kemasyarakatan* 10, no. 1 (2017).

lembaga, dimana citra menjadi kemampuan bagi suatu lembaga yang berkaitan dengan tercapainya keberhasilan atau tujuan, logo, grafik, identifikasi warna, dan pengiklanan harga.²

Setiap lembaga harus mempunyai citra di masyarakat, citra dapat berperingkat baik, sedang atau buruk. Citra yang baik dari suatu lembaga merupakan aset yang sangat penting, karena citra mempunyai suatu dampak persepsi masyarakat dan operasi organisasi dalam berbagai hal. Semakin baik kepribadian, reputasi, nilai dan identitas sebuah lembaga dapat meningkatkan ketertarikan, keyakinan dan keinginan seseorang masyarakat pada suatu hal begitupun dengan minat seorang *muzakki* membayar zakat.³ Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Haki dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Zakat Dan Citra Lembaga Terhadap Minat *Muzakki* Dalam Membayar Zakat Fitrah”. Dengan hasil temuan adanya pengaruh antara pengetahuan zakat terhadap minat *muzakki* dalam membayar zakat fitrah sebesar 84,3%, ada pengaruh juga citra lembaga terhadap minat muzakki dalam membayar zakat fitrah sebesar 82,3%, dan ada pengaruh secara simultan antara pengetahuan zakat dan citra lembaga terhadap minat muzakki dalam membayar zakat fitrah sebesar 86,5%, begitupun sisanya sekitar 13,5% dipengaruhi faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian.⁴

Selain itu Aningsih dalam penelitiannya yang berjudul, “Pengaruh Pendapatan, Citra Lembaga, Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Membayar Zakat Maal Laz-Uqjombang”. Juga menemukan hasil temuan dikatakan bahwa Pendapatan, Citra Lembaga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara

² Pihlip Kotler, *MANAJEMEN PEMASARAN* (Jakarta: Erlangga, 2009).

³ Berlian, Febrianti, Ach Yasin, “Pengaruh Literasi Zakat, Altruisme, Dan Citra Lembaga Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Di Lazis Nurul Falah Surabaya Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi,” *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 9, Vol. 5, No. 6, 2023.

⁴ Ubay Haki, “Pengaruh Pengetahuan Zakat Dan Citra Lembaga Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Fitrah,” *Syiar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking* 4, no. 1 (2020): 81–97.

parsial terhadap minat membayar zakat maal di LAZ-UQ Jombang.⁵ Kemudian Yazid dalam penelitiannya yang berjudul “ Faktor – Faktorer Yang Mempengaruhi Minat *Muzzaki* Dalam Menunaikan Zakat Di Nurul Hayat Cabang Jember”. Yazid juga menemukan hasil temuan yang sama yaitu citra lembaga, mempunyai pengaruh sebesar 19,4% terhadap minat *muzzaki* dalam menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember.⁶

Penelitian yang dilakukan oleh Yulianti berjudul, “Pengaruh Transparansi, Literasi Zakat, Pendidikan Dan Citra Lembaga Terhadap Minat Masyarakat Untuk Berzakat (Studi Di Kantor Pusat Solopeduli)”. Mendapati hasil temuan yang sama dimana Citra Lembaga berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk berzakat.⁷

Namun berbeda dengan hasil temuan diatas, penelitian yang dilakukan oleh Sofiyani yang berjudul, “Analisis Pengaruh Citra Lembaga, Kualitas Layanan Dan Religiusitas Terhadap Keputusan *Muzzaki* Membayar Zakat Dengan Minat Sebagai Variabel Moderating”. Pada penelitian ini menemukan hasil citra lembaga dan religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan *muzzaki* membayar zakat, sedangkan kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan *muzzaki* membayar zakat di Lazis -Mu.⁸ Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulum mengenai, “Evaluasi Persepsi *Muzakki* Tenaga Kependidikan Universitas Airlangga Tentang Keimanan, Pendapatan, Kepercayaan Dan Citra lembaga Terhadap Minat Membayar Zakat Profesi”. Dimana ditemukan hasil penelitian berubah responden pada penelitian ini

⁵ Indri Aningsih, “Pengaruh Pendapatan, Citra Lembaga, Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Membayar Zakat Maal Melalui LAZ-UQ Jombang,” *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 2, no. 3 (2019): 99–109.

⁶ Azy Athoillah Yazid, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Muzakki Dalam Menunaikan Zakat Di Nurul Hayat Cabang Jember,” *Economic: Journal of Economic and Islamic Law* 8, no. 2 (2017): 173–198.

⁷ Hesti Yulianti, “Pengaruh Transparansi, Literasi Zakat, Pendidikan Dan Citra Lembaga Terhadap Minat Masyarakat Untuk Berzakat (Studi Di Kantor Pusat Solopeduli),” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam dan General* 1, no. 01 (2022): 11–19.

⁸ Iin Sofiyani, Agus Kristiyono, “Analisis Pengaruh Citra Lembaga, Kualitas Layanan Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Dengan Minat Sebagai Variabel Moderating,” *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)* Vol 4, No.1, 2021.

merasa tidak setuju dengan citra lembaga, warna, logo dan *brand* yang dibangun oleh LAZ dan BAZ dapat menimbulkan minat muzaki untuk menyalurkan zakat profesi.⁹

Dari beberapa penelitian yang telah ada, hasil temuan lapangan menunjukkan banyak sekali faktor yang dapat mempengaruhi minat sorang muzzaki untuk menyalurkan zakat, infaq dan sedekah. Selain citra lembaga yang baik salah satu factor yang dapat menarik minat seorang *muzzaki* untuk membayar zakat adalah dengan adanya suatu sistem yang dapat kemudahan dalam proses membayar zakat. Semakin majunya teknologi yang ada mampu membuat sebuah pekerjaan menjadi lebih mudah. Sejalan dengan kemajuan teknologi, pembayaran digital menjadi hal yang tidak asing pada masa sekarang. Segala bentuk pembayaran digital mulai dari belanja online hingga membayar zakat dapat dilakukan melalui satu perangkat.

Penggunaan teknologi digital memungkinkan peningkatan aksesibilitas donasi zakat, memudahkan *muzzaki* untuk berkontribusi kapan saja dan dimana saja. Dengan adopsi sistem pembayaran berbasis digital yang efektif, lembaga zakat dapat mencapai potensi zakat yang lebih luas, termasuk generasi muda yang lebih cenderung menggunakan teknologi dalam semua kegiatan.¹⁰

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rachmat, yang berjudul, “Penghimpunan Dana Zakat Infak Sedekah Berdasarkan Intensi Perilaku Muslim Gen Y Dalam Penggunaan Teknologi Digital *Payment*”. Adapun hasil penelitian secara kuantitatif menunjukkan bahwa keseluruhan variabel yang diteliti, yaitu faktor yang paling besar dalam memengaruhi

⁹ Riski Fathul Ulum and Eko Fajar Cahyono, “Evaluasi Persepsi Muzakki Tenaga Kependidikan Universitas Airlangga Tentang Keimanan, Pendapatan, Kepercayaan Dan Citra Lembaga Terhadap Minat Membayar Zakat Profesi,” *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* 7, no. 10 (2020): 1961–1976.

¹⁰ Ahmad Fuadi Tanjung and Yenni Samri Juliati Nasution, “Efektivitas Pelaksanaan Pembayaran Zakat Via Online Di Lazizmu Kota Medan,” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital* 1, no. 2 (2023): 269–273.

intensi perilaku Muslim gen Y terhadap penggunaan teknologi digital payment untuk pembayaran ZIS adalah keamanan yang dirasakan (*perceived security*).¹¹

Sama hal yang dengan hasil temuan yang didapat oleh Kambali dalam penelitiannya yang berjudul, “Pengaruh Aplikasi *Muzzaki* Corner Terhadap Minat Masyarakat Berzakat”. Dengan hasil temuan bahwa dengan hadirannya aplikasi digital seperti muzaki corner berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam berzakat di BAZNAS Gresik. Besar pengaruh aplikasi *muzzaki* corner terhadap minat masyarakat dalam berzakat adalah 92.3%. Semakin baik fitur yang diberikan dalam aplikasi *muzzaki* corner, maka semakin meningkat minat masyarakat dalam berzakat di BAZNAS Gresik.¹²

Begitupun dengan penelitian yang dilakukan oleh Sulisdika yang berjudul “Determinan Intensi Perilaku Muslim Kota Banda Aceh Berdonasi Melalui Digital *Payment*”. Dengan sample penelitian sebanyak 100 orang responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel pengetahuan dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap intensi masyarakat berdonasi melalui digital *payment*. Sedangkan variable kepercayaan dan kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap intens berdonasi masyarakat Kota Banda Aceh berdonasi melalui digital *payment*.¹³ Dengan demikian secara tidak langsung kehadiran *e-payment* dapat membantu muzaki dalam menyalurkan zakat, infaq dan sedekah dimanapun dan kapanpun tanpa merubah hukum ketentuan membayar zakat menurut syariat islam. Selain itu juga adanya hubungan antar citra lembaga dengan kemudahan membayar zakat melalui digital (*E-Payment*). Dimana *muzzaki* yang telah mengetahui

¹¹ Muhammad Lukman M Baga and Ninuk Purnaningsih, “Penghimpunan Dana Zakat Infak Sedekah Berdasarkan Intensi Perilaku Muslim Gen Y Dalam Penggunaan Teknologi Digital Payment,” *Al-Muzara'ah* 8, no. 2 (2020): 95–108.

¹² Muhammad Kambali and Fatur Rahman, “Pengaruh Aplikasi Muzaki Corner Terhadap Minat Masyarakat Berzakat,” *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 10, no. 2 (2021): 175–184.

¹³ Salsa Dinda Sulisdika, Teuku Muhammad Syahrizal, and Eka Nurlina, “Determinan Intensi Perilaku Muslim Kota Banda Aceh Berdonasi Melalui Digital Payment,” *AT-TASYRI: JURNAL ILMIAH PRODI MUAMALAH* (2022): 87–99.

dengan baik sebuah lembaga, karena melihat citra lembaga itu baik akan lebih cenderung untuk menyalurkan zakat, infaq dan sedekah pada lembaga tersebut. Dengan adanya kemudahan untuk diakses juga akan menimbulkan nilai positif juga terhadap lembaga.

Berdasarkan hasil data temuan penelitian terdahulu, penelitian ini penting dilakukan karena terdapat perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti. Pada penelitian terdahulu hanya membahas mengenai pengaruh citra lembaga terhadap minat *muzzaki* namun, jarang ada penelitian yang membahas keterkaitan antara dua variable yaitu, citra lembaga dan *E-Payment* secara bersamaan. Selain itu terdapat perbedaan tempat penelitian dimana penelitian ini dilakukan di salah satu Lembaga Amil Zakat Daarut Tauhid Peduli Cabang Bengkulu yang mana diketahui bahwa lembaga ini sudah ditetapkan pemerintah menjadi lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) sesuai dengan SK menteri agama No. 257 tahun 2016 yang diperbaruhi dengan SK Mentri Agama No. 1200 Tahun 2022. Lembaga ini sudah ada sejak tahun 1999 pertama kali berdiri di Bandung, tepatnya pada tanggal 16 Juni 1999 didirikan oleh KH. Abdullah Gymnastiar atau yang lebih dikenal dengan aa Gym. Lembaga Daarut Tauhid Peduli berdiri dengan bertekad untuk menjadi model Lembaga Amil Zakat Nasional yang amanah, profesional, akuntabel dan terkemuka pada setiap cabangnya. Dengan prioritas utama yaitu meningkatkan kekuatan ekonomi bagi masyarakat sehingga dapat mewujudkan kemandirian bagi masyarakat secara bersama-sama.

Daarut Tauhid Peduli merupakan sebuah lembaga nirlabah yang bergerak dibidang pengolahan dana zakat, infaq sedekah dan wakaf yang diperoleh muzzaki. Dana yang diperoleh diberikan untuk penerima manfaat dalam bentuk program pelayanan dan perdayaan dibidang ekonomi, kesehatan, pendidikan, dakwah dan sosial kemanusiaan. Dengan banyaknya keberhasilan yang diperoleh sejak keberadaanya, daarut tauhid terus memperkuat daerah penghipunan dana ZISWAF hingga mendirikan banyak cabang diberbagai wilayah Indonesia salah satunya cabang Bengkulu. Daarut Tauhid Peduli cabang Bengkulu beralamatkan di Jl. Flamboyan 1 No. 15 RT II RW 04 Simpang Skip, Kebun Kenanga, Kec. Ratu Agung Kota Bengkulu. Daarut Tauhid Peduli Cabang Bengkulu masih tergolong baru berdiri lebih kurang 2 tahun. Berdirinya Daarut Tauhid Cabang Bengkulu ini atas dasar kepedulian antara sesama ditengah banyaknya lembaga LAS yang ada di Bengkulu. Daarut Tauhid Peduli Cabang Bengkulu memiliki lima pilar utama yang menjadi prioritasn yaitu, pendidikan, kesehatan, dakwah, ekonomi dan soci alkemanusiaan. Tujuan berdirinya Daarut Tauhid Cabang Bengkulu yaitu untuk membantu kelompok masyarakat didaerah binaan agar dapat tumbuh mandiri dan berkembang dalam waktu yang ditentukan.

Keberadaan daarut tauhid di Bengkulu masih tergolong baru, namun demikian *muzakki* yang ada pada Daarut Tauhid Peduli Cabang Bengkulu sudah lebih dari 116 orang *muzzaki* yang kebanyakan berusia 40 tahun keatas. Hal ini menjadi menarik untuk dikaji dan diteliti lebih dalam mengenai bagaimana cara lembaga yang masih tergolong baru tersebut , mampu menarik minat *muzaki* agar mau menyalurkan zakat, infaq dan sedekah pada lembaga tersebut. Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk memahami bagaimana citra lembaga dan *e-payment* mempengaruhi minat *muzzaki* dalam konteks penyaluran ZIS.

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji sejauh mana citra lembaga dapat mempengaruhi keputusan *muzzaki* dalam memilih lembaga guna menyalurkan ZIS. Lembaga dengan citra yang buruk akan dapat mengurangi kepercayaan publik yang akan mempengaruhi jumlah dana yang dikumpulkan. Begitupun dengan adanya kemudahan transaksi yang ditawarkan oleh kemajuan teknologi digital, dimana dapat mempermudah penyaluran dana ZIS. Oleh karena itu, mengetahui faktor-faktor yang membentuk citra lembaga dan *e-payment* penting dilakukan agar mampu memperbaiki manajemen zakat yang lebih efektif.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas rumusan masalah yang diambil yaitu:

1. Seberapa besar pengaruh citra lembaga terhadap minat *muzzaki* untuk menyalurkan zakat, infaq dan sedekah pada Daarut Tauhid Peduli Cabang Bengkulu?
2. Seberapa besar pengaruh *e-payment* dapat mempengaruhi minat *muzzaki* dalam menyalurkan zakat, infaq dan sedekah pada lembaga Daarut Tauhid Peduli Cabang Bengkulu?
3. Apakah citra lembaga dan *e-payment* secara bersamaan mempengaruhi minat *muzzaki* untuk menyalurkan zakat, infaq dan sedekah pada Daarut Tauhid Peduli Cabang Bengkulu?

C. Tujuan Penelitian

Bedasarkan hasil temuan masalah dilapangan dan rumusan masalah yang telah dibuat, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra lembaga terhadap minat seorang *muzzaki* untuk menyalurkan zakat, infaq dan sedekah pada Daarut Tauhid Peduli Cabang Bengkulu

2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *e-paymnet* terhadap minat seorang *muzzaki* untuk menyalurka zakat, infaq dan sedekah pada lembaga zakat Daarut Tauhid Peduli Cabang Bengkulu
3. Untuk mengetahui apakah citra lembaga dan *e-paymnet* secara bersamaan dapat mempengaruhi minat *muzzaki* untuk menyaluran zakat, infaq dan sedekah pada Daarut Tauhid Peduli Cabang Bengkulu

D. Manfaat Penelitian

1) Manfaat secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah ilmu pengetahuan dan wawasan baru bagi pembaca mengenai sebuah pengaruh citra lembaga dan *e-payment* terhadap minat *muzzaki* untuk menyalurkan zakat, infaq dan sedekah pada semua lembaga filantropi yang ada.

2) Manfaat secara Praktis

Manfaat penelitian dimaksudkan untuk memberikan informasi dan makna:

- a) Bagi LAZ Daarut Tauhid Peduli, hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan dalam rangka mempertahankan citra lembaga dan sistem *e-payment* yang sudah ada, sehingga dapat menarik minat *muzzaki* untuk menyalurkan zakat, infaq dan sedekah.
- b) Bagi akademik, hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi informasi baru mengenai sebuah fenomena dimana masyarakat sekarang dimana citra lembaga dan *e-paymant* dari sebuah lembaga filantropi mampu menarik minat *muzzaki* untuk menyalurkan zakat, infaq dan sedekah.
- c) Bagi peneliti, penelitian ini sangat membantu peneliti untuk memahami citra lembaga dan e payment perlu diperhatikan dalam membangun sebuah lembaga sosial kemanusiaan nantinya, dimana kedua variable tersebut akan sangat membantu dalam mencapai tujuan dari lembaga yang telah dirancang sebelumnya.

d) Bagi penelitian selanjutnya, agar penelitian ini dapat menjadi bahan rujukan dan pembandingan sehingga, penelitian selanjutnya dapat mengembangkan dan melihat variabel lain atau fenomena lain yang berbeda dalam sebuah organisasi yang berkaitan dengan minat *muzzaki*.

E. Kajian Terdahulu

Untuk melihat kajian terdahulu peneliti menggunakan beberapa langkah yaitu, salah satunya dengan menggunakan *google scholar*, kemudian memasukan kata kunci dari judul penelitian dan mengatur *setting* waktu yang dipakai oleh peneliti yaitu peneliti mengambil dari jurnal yang ada sejak

5 tahun belakangan. Berdasarkan hasil penelusuran terdapat beberapa artikel yang mengkaji tentang citra lembaga dan *e payment*. Citra lembaga tidak hanyadihubungkan dengan minat *muzzaki* tetapi, dihubungkan juga dengan komitmen organisasi, motivasi kerja, kinerja karyawan, kepemimpinan. Begitupun sebaliknya variable *e payment* juga tidak hanya dihubungkan dengan minat muzaki untuk membayar zakat, infaq dan sedekah. Dari sekian banyak artikel ditemukan terdapat beberapa artikel yang membahas mengenai kedua variable tersebut kemudian dijadikan sebagai sebuah rujukan diantaranya:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Budiarti dkk yang membahas mengenai, “Pengaruh Kualitas Layanan, Budaya Akademik, Dan Citra Lembaga Terhadap Kepuasan Mahasiswa”. Dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* dengan analisis jalur (*path analysis*). Kesimpulan penelitian ini, yaitu ditemukan gambaran deskriptif variable kualitas layanan, budaya akademik, citra lembaga, dan kepuasan mahasiswa dalam kategori sedang dimana terdapat dan tidak terdapatnya hubungan di setiap struktu hipotesis yang diajukan, serta

- besarnya sumbangan efektif dari kualitas layanan, budaya akademik, dan citra lembaga terhadap kepuasan mahasiswa sebesar 45%.¹⁴
2. Penelitian yang dilakukan oleh Febrianti dan Yasin mengenai, “Pengaruh Literasi Zakat, Altruisme Dan Citra Lembaga Terhadap Minat *Muzzaki* Membayar Zakat Di Lazis Nurul Falah Dengan Regiuisitas Sebagai Variable Moderasi”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis moderasi memakai *Smart PLS*. Teknik *Accidental Sampling* digunakan dalam pengambilan sampling. Hasil penelitian ini membuktikan secara parsial variable literasi zakat, altruisme, citra lembaga berpengaruh terhadap minat *muzakki* membayar zakat. Religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat *muzakki* membayar zakat. Sementara itu hasil analisis moderasi menunjukkan bahwa religiusitas tidak dapat memoderasi literasi zakat, citra lembaga, dan altruism terhadap minat *muzakki* membayar zakat.¹⁵
 3. Penelitian yang dilakukan oleh Abdillah dkk, berjudul “Pengaruh Citra Lembaga Dan Kepercayaan Terhadap Minat Donatur Untuk Menyalurkan Donasi”. Dengan metode penelitian yang digunakan yaitu, kualitatif dengan alat analisis *regresi linear berganda*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat donatur pada DPU Cabang Samarinda. Hal ini menunjukkan bahwa Semakin baik persepsi dan keyakinan dari donatur terhadap citra lembaga, maka semakin tinggi minat donatur. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan menurut persepsi para donatur, maka semakin meningkatkan minat para

¹⁴ Erika Mei Budiarti, Achmad Supriyanto, and Asep Sunandar, “Pengaruh Kualitas Layanan, Budaya Akademik, Dan Citra Lembaga Terhadap Kepuasan Mahasiswa,” *Jurnal Manajemen Dan Supervisi Pendidikan*, Vol.2, No. 3, 2018.

¹⁵ Febrianti and Yasin, “Pengaruh Literasi Zakat, Altruisme, Dan Citra Lembaga Terhadap Minat *Muzakki* Membayar Zakat Di Lazis Nurul Falah Surabaya Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi, *jurnal ekonomi, keuangan dan bisnis syariah*, vol.5, no.6, 2023”

donatur untuk konsisten menjadi donatur dan mau menjadi donatur tetap pada sebuah lembaga.¹⁶

4. Ayuningsih dan Bahjatullah dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Strategi Fundraising Wakaf, Literasi Wakaf, Dan Citra Lembaga Terhadap Minat Berwakaf Dengan Religiusitas Sebagai Variable Moderating (Studi Lembaga Wakaf Muhammadiyah Kabupaten Lamongan)”. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil temuan dilapangan menunjukkan bahwa variable citra institusi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam berwakaf.¹⁷
5. Muawanah juga meneliti mengenai “Pengaruh Kepercayaan Dan Citra Lembaga Terhadap Minat Donatur Membayar Zis (Zakat, Infaq Dan Shadaqah) Di Lembaga Amil Zakat Ummul Quro (Laz-Uq) Jombang”. Metode yang digunakan kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan Variable kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat donatur. Variable citra lembaga berpengaruh positif terhadap minat donatur dan variabel kepercayaan dan citra lembaga, secara simultan berpengaruh positif terhadap minat donatur.¹⁸
6. Kharisma dan Jayanto dalam penelitiannya berjudul “Factor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan *E-Zakat* Dalam Membayar Zakat, Infaq, Dan Sedekah”. Dengan metode penelitian, kuantitatif kuesioner hasil temuan menunjukan bahwa kegunaan dan transparansi berpengaruh positif signifikan, risiko berpengaruh negative signifikan

¹⁶ Satria Abdillah, Eny Rochaida, dan Dirga Lestasi AS, “Pengaruh Citra Lembaga Dan Kepercayaan Terhadap Minat Donatur Untuk Menyalurkan Donasi,” *Jurnal Ilmu Ekonomi Mulawarman (JIEM)*, Vol. 4, No.1 2019.

¹⁷ Ambar Ayuningsih, dan Qi Mangku Bahjatullah, “Pengaruh Strategi Fundraising Wakaf, Literasi Wakaf, Dan Citra Lembaga Terhadap Minat Berwakaf Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Lembaga Wakaf Muhammadiyah Kabupaten Lamongan),” *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* Vol.8, No. 3, 2023.

¹⁸ Risalatul Muawanah, “Pengaruh Kepercayaan Dan Citra Lembaga Terhadap Minat Donatur Membayar ZIS (Zakat, Infaq Dan Shadaqah) Di Lembaga Amil Zakat Ummul Quro (Laz-Uq) Jombang,” *BIMA: Journal of Business and Innovation Management* Vol.1, No. 2, 2019.

terhadap minat menggunakan *e zakat*, namun akuntabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-zakat* dalam membayar zakat, Infaq dan Sedekah.¹⁹

7. Mudrikah dan Yariz membahas mengenai “Analisis Efektivitas Sistem *Fundraising* Berbasis Digital *Banking* Pada Lazismu Kota Medan”. Dengan metode penelitian kualitatif. Hasil temuan ditemukan bahwa efektivitas penampungan zakat dengan menggunakan digital banking pada LAZISMU Kota Medan saat ini dengan dijabarkan dalam Analisis SWOT di nilai efektif dikarenakan, lebih banyak nya *Strenght* daripada *Weakness*.²⁰
8. Sofiyawati dan Halimah dalam terkait perilaku muzakki dalam menyalurkan zakat di era digital mengatakan bahwa: dorongan perilaku menyalurkan zakat secara konvensional dipengaruhi faktor budaya, sosial, psikologis, dan pribadi. Sedangkan perilaku *muzzaki* berbasis digital dipengaruhi faktor sosial, psikologis, dan pribadi.²¹
9. Sari dan Aminingsih “Faktor-Faktor Analisis Prevensi *Muzzaki* Dalam Membayar Zakat Di Dompot Ummat Kalbar Melalui Layanan Digital” dengan menggunakan metode kuantitatif. Hasil dari penelitian ini disimpulkan bahwa Rasa terbiasa, kepercayaan, dan kualitas layanan menjadi faktor yang mempengaruhi minat *muzzaki* Dompot Ummat membayar zakat melalui layanan *digital*. Sedangkan untuk tingkat literasi digital dan religiusitas tidak termasuk faktor yang mempengaruhi minat membayar zakat melalui layanan digital.²²

¹⁹ Puguh Kharisma dan Prabowo Yudo Jayanto, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Zakat Dalam Membayar Zakat, Infaq, Dan Sedekah,” *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* Vol.16, No.1, 2021.

²⁰ Azizah Mudrikah dan Muhammad Yafiz, “Analisis Efektivitas Sistem *Fundraising* Berbasis Digital *Banking* Pada Lazismu Kota Medan,” *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan* Vol.3, No. 1, 2022.

²¹ Nenie Sofiyawati dan Siti Nur Halimah, “Perilaku Muzakki Dalam Menyalurkan Zakat Di Era Digital,” *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)* Vol.22, No. 1, 2022.

²² Dwi Juitha Sari dan Diah Arminingsih, “Faktor-Faktor Analisis Prevensi *Muzzaki* Dalam Membayar Zakat Di Dompot Ummat KalBar Melalui Layanan Digital” (n.d.).

10. Fauzi dan Jehan dalam penelitian “Strategi Penghimpunan Dana Infaq Telah Efektivitas Aplikasi Digital Pada At Takwa Center Kota Cirebon”. Menggunakan metode Kualitatif dengan hasil penelitian menyatakan bahwa strategi penghimpunan dana infaq melalui fitur QR Code belum cukup efektif dalam menghimpun dana infaq melihat peningkatan dan penurunan pendapatan setiap bulannya yang tidak stabil.²³

F. Sistematika Penulisan

Untuk mencegah penelitian ini tidak keluar dari ruang lingkup pembahasan, maka dalam penelitian ini dibagi menjadi beberapa bab yang terdiri dari beberapa sub pembahasan yaitu :

Bab I PENDAHULUAN :

Pada bab ini memberikan gambaran secara umum mengenai latar belakang masalah dari skripsi berupa citra lembaga dan *e-payment* dapat menimbulkan minat *Muzzaki* dalam menyalurkan zakat, infaq dan sedekah dan kemudian menentukan rumusan masalah yang akan menjawab permasalahan yang sedang dikaji. Selain itu pada bab satu ini juga membahas mengenai tujuan dari penelitian, manfaat penelitian dan kegunaan penelitian terdahulu kemudian menjadi landasan awal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya.

²³ Moh Mabruuri Faozi, “Strategi Penghimpunan Dana Infaq Telaah Efektivitas Aplikasi Digital Pada At-Taqwa Centre Kota Cirebon,” *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah* 5, no. 2 (2020): 196–211.

Bab 2 TINJAUAN PUSTAKA :

Setelah mengetahui pokok dari permasalahan dalam penelitian ini, maka pada bab dua ini membahas mengenai landasan teori yang berkaitan dengan citra lembaga, *e-payment* dan minat *muzzaki* penyaluran zakat, infaq dan sedekah . Selain itu pada bab ini juga akan dijelaskan mengenai kerangka berpikir untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi dari skripsi ini

Bab 3 METODE PENELITIAN :

Pada bab ini akan dibahas mengenai pendekatan penelitian dan jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian variable penelitian, populasi dan sample, sumber dan teknik pengumpulan data serta teknik analisis data.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menguraikan tentang gambaran umum lokasi penelitian, profil Daarut Tauhid Peduli Cabang Bengkulu, indentifikasi responden, hasil uji kualitas data, asumsi normal dan uji hipotesis serta serangkaian pembahasan hasil temun berdasarkan analisis yang telah dilakukan.

BAB V PENUTUP

Berisikan tentang kesimpulan serta saran-saran untuk disampaikan kepada tujuan penelitian atau bagi penelitian selanjutnya

