

TINGKAT INKLUSI DAN FAKTOR DETERMINASI PEKERJA MUSLIM DALAM BERZAKAT PROFESI SECARA ONLINE

Aminah¹⁾, Ida Syafrida²⁾, dan Taufik Awaludin³⁾

¹Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta, Jl. Prof DR Siwabessy, Depok 16425

²Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta, Jl. Prof DR Siwabessy, Depok 16425

³Manajemen, Universitas Pamulang, Jl. Surya Kencana No. 1, Tangsel 15417
aminah@akuntansi.pnj.ac.id

Abstract

This study aims to determine the level of inclusion of professional zakah muzakki and identify the factors of determination of Muslim workers/employees in online or digital professional zakah on aspects of the technology acceptance model. The research method used is descriptive analysis, factor analysis and mean analysis. The results of the study found that the level of professional zakah inclusion in Muslim workers/employees in the Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang and Bekasi areas was 37.29% and the dominant factor for Muslim workers/employees was their determination factor in donating professional zakah online or digital, namely are perceptions of the usefulness of online or digital zakah services, then perceptions of the benefits of online or digital zakah services, then perceptions of the convenience of online or digital zakah services, and perceptions of the security of online or digital zakah services. The advice given is that zakah agencies or institutions can work independently or synergize with Islamic banks, online store/marketplace fintech companies and payment fintech companies to provide online or digital zakah payment channels, web-based, digital-based, phone banking, internet banking and e-money. The online or digital channel pays attention to the speed of processing and the variety of donation program, ease of use and correct processing of payments.

Keywords: *determinan factors, muslim workers, online or digital, professional zakah*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengetahui tingkat inklusi pelaku muzakki zakat profesi dan mengidentifikasi faktor-faktor determinasi pekerja/karyawan muslim dalam berzakat profesi secara online atau digital atas aspek model penerimaan teknologi. Metode Penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis faktor dan analisis mean. Hasil penelitian mendapatkan bahwa tingkat inklusi zakat profesi pada pekerja/karyawan muslim di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi adalah sebesar 37,29 % dan faktor yang dominan bagi responden pekerja/karyawan muslim terkait faktor determinasi mereka dalam berdonasi zakat profesi secara online atau digital secara berurutan adalah persepsi kegunaan layanan online atau digital zakat lalu persepsi manfaat layanan online atau digital zakat lalu persepsi kemudahan layanan online atau digital zakat, dan persepsi keamanan layanan online atau digital zakat. Saran yang diberikan adalah badan atau lembaga zakat dapat secara sendiri maupun bersinergi dengan bank syariah, perusahaan fintek toko online/market place dan fintek pembayaran untuk menyediakan saluran pembayaran zakat secara online atau digital secara web based, digital based, phone banking, internet banking dan e-money. Saluran online atau digital tersebut memperhatikan kecepatan proses pembayaran, variasi pilihan program donasi, mudah digunakan, dan proses pembayaran donasi yang benar.

Kata Kunci: *faktor determinasi, pekerja muslim, online atau digital, zakat profesi*

PENDAHULUAN

Berdasarkan data statistik zakat nasional 2020, yang diterbitkan oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) memaparkan selama tahun 2017 hingga 2020, penghimpunan dana zakat pada lembaga formal kian bertambah dengan rata-rata pertumbuhan mencapai 149 %/ tahun. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran masyarakat semakin baik dalam menunaikan zakat melalui lembaga amil zakat resmi. Hingga akhir tahun 2020, dana zakat yang terkumpul mencapai Rp 10,2 triliun. Namun apabila data tersebut dilihat dari jumlah PDB tahun 2018 yang mencapai Rp 15.434 triliun, maka realisasi penghimpunan dana zakat hanya mencapai setara 0,07 % dari PDB. Untuk meningkatkan jumlah penghimpunan dana zakat maka pihak BAZ (Badan Amil Zakat) maupun LAZ (Lembaga Amil Zakat) harus terus melakukan kerjasama dengan para pemangku kepentingan (stake holder) zakat. Salah satu terobosan yang potensial adalah dengan memanfaatkan penghimpunan dana melalui aplikasi teknologi internet atau online.

Perkembangan teknologi internet yang semakin pesat memungkinkan transaksi dilakukan secara online dengan mudah, aman dan cepat. Pemanfaatan saluran online dan digital sudah semakin menjadi kebutuhan bagi pihak pengelola zakat (BAZ dan LAZ) agar akses penghimpunan dana zakat semakin variatif. Dalam hal ini BAZNAS telah mencapai kemajuan yang pesat dalam memanfaatkan teknologi zakat digital yaitu dengan memberikan kemudahan berzakat bagi muzakki melalui lebih dari 26 saluran pembayaran secara digital seperti sosial media, perusahaan teknologi toko online/marketplace, artificial intellegent, aplikasi percakapan hingga memanfaatkan layanan keuangan digital yang biasa digunakan oleh masyarakat.

BAZNAS telah berkerjasama dengan beberapa perusahaan aplikasi teknologi online dan digital seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, Matahari Mall, Oy! Indonesia, Gopay, OVO, DANA, T-Cash, Kaskus, Line dan lainnya. Kerjasama kanal digital tersebut diharapkan dapat meningkatkan penghimpunan dana zakat secara nasional. Demikian pula dengan LAZ, Dompot Dhuafa bekerjasama dengan CIMB Click, IB Muamalat, Master Card Visa, dan OVO dalam pembayaran zakat online. Walaupun keberadaan saluran online dan digital tersebut tergolong baru bagi sebagian masyarakat, melihat potensi jumlah populasi penduduk di Indonesia yang mencapai sekitar 265 juta jiwa dan 132 juta diantaranya merupakan pengguna internet aktif, maka saluran pembayaran

online dan digital memiliki potensi yang sangat besar sebagai saluran alternatif dalam menghimpun dana zakat. Muzakki dapat membayarkan dana zakatnya baik secara offline, online, ataupun melalui aplikasi digital zakat. Tentu dalam hal ini, muzakki memiliki preferensi tertentu yang mendasari mereka dalam berdonasi zakat secara online maupun digital.

Salah satu segmentasi calon muzakki yang berpotensi besar meningkatkan sumber dana zakat adalah masyarakat yang bekerja sebagai karyawan dalam bentuk zakat profesi (penghasilan). Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat total pekerja Indonesia usia 15 tahun ke atas per April 2020 sebanyak 131 juta orang. Kemudian berdasarkan hasil Survei Angkatan Kerja Nasional BPS (Badan Pusat Statistik) pada Agustus 2020 mencatat rata-rata gaji pekerja di Indonesia ialah sebesar Rp 2.760.000 per bulan. Dengan asumsi 80% dari karyawan beragama Islam, tarif zakat profesi 2,5% dan tanpa memperhitungkan batas minimal wajib zakat (nishab), maka potensi dana zakat profesi dari karyawan yang terkumpul di tahun 2020 berjumlah Rp. 108.47 Triliun. Namun, potensi ini masih sulit untuk dicapai, mengingat sampai dengan Desember 2020 belum ada peraturan pemerintah dalam hal ini Kementrian Agama yang mengharuskan pekerja muslim untuk membayar zakat profesi sesuai ketentuan dalam Agama Islam. Untuk menerapkan peraturan ini, pemerintah perlu mengetahui tingkat kesadaran karyawan terhadap kewajiban membayar zakat profesi.

Untuk itu diperlukan riset lapangan untuk mengidentifikasi tingkat inklusi karyawan dalam membayar zakat profesi. Penelitian ini juga akan menggali preferensi karyawan dalam memilih sarana pembayaran zakat profesi secara online atau digital. Secara umum faktor yang akan diidentifikasi dalam penelitian ini terkait model penerimaan teknologi dalam aktifitas pembayaran zakat profesi secara online atau digital. Kemudian akan dieksplorasi aktifitas ekonomi karyawan. Riset ini mengambil lokasi di Wilayah Jabodetabek, sebagai pusat bisnis dan pemukiman yang berkembang pesat di Indonesia. Adapun urgensi dari penelitian ini akan memberikan saran bagi badan atau lembaga zakat, Regulator dalam pembuatan regulasi serta memberikan rekomendasi dalam hal upaya meningkatkan penghimpunan dana zakat dari kalangan pekerja/karyawan.

Berdasarkan tata bahasa zakat mempunyai beberapa arti yaitu al-barakatu "keberkahan", al-namaa "pertumbuhan dan perkembangan", at-tharatu "kesucian", dan ash-shalahu "keberesan". Meskipun para ulama mengemukakannya dengan redaksi

yang agak berbeda antara satu dengan lainnya, akan tetapi pada prinsipnya istilah tersebut memiliki arti yang sama yaitu bahwa zakat adalah bagian dari harta dengan persyaratan tertentu yang Allah SWT mewajibkan kepadanya pemiliknya untuk diserahkan kepada yang berhak menerimanya dengan persyaratan tertentu pula (Hafidhuddin, 2002).

Rukun zakat adalah unsur-unsur yang harus terpenuhi sebelum mengerjakan zakat. Rukun zakat meliputi orang yang berzakat (muzakki), harta yang dizakatkan, dan orang yang berhak menerima zakat (Syarifuddin, 2003). Syarat-syarat kekayaan yang wajib zakat (Qardhawi, 2002), sebagai berikut:

a. Milik penuh, maksudnya bahwa kekayaan itu harus berada dibawah kontrol dan didalam kekuasaannya, atau seperti yang dinyatakan ahli fikih bahwa kekayaan itu harus berada ditangannya, tidak tersangkut di dalamnya hak orang lain, dapat ia pergunakan faedahnya dapat dinikmatinya.

b. Berkembang, maksudnya kekayaan itu memberikan keuntungan atau pendapatan menurut ahli fiqih berkembang (namaa') secara harfiah berarti bertambah, sedangkan menurut istilah pengertiannya terbagi dua yaitu bertambah secara konkrit dan bertambah tidak secara konkrit. Bertambah konkrit adalah bertambah akibat pembiakan dan perdagangan atau sejenisnya, sedangkan bertambah tidak secara konkrit adalah kekayaan itu berpotensi berkembang baik berada di tangannya maupun di tangan orang lain atas namanya.

c. Cukup senisab, yaitu sejumlah harta tertentu yang sudah cukup jumlahnya untuk dikeluarkan zakatnya.

d. Bebas dari hutang, maksudnya bila pemilik kekayaan itu mempunyai hutang yang menghabiskan atau mengurangi jumlah kepemilikan sehingga kekayaan itu tidak sampai senisab.

e. Berlaku setahun, maksudnya adalah kekayaan yang berada di tangan pemiliknya sudah berlaku masanya satu tahun. Persyaratan setahun ini hanya untuk ternak, uang, dan harta benda dagang. Tetapi untuk hasil pertanian, buah-buahan, madu, harta karun dan sejenisnya tidaklah dipersyaratkan untuk menunggu dalam waktu satu tahun.

"FinTech" atau istilah gabungan dari Teknologi Keuangan merujuk sebagai industri yang baru muncul dengan menggunakan teknologi yang berpusat pada teknologi informasi dan bertujuan untuk meningkatkan efisiensi ekosistem keuangan. Sejak awal

berdirinya, FinTech telah berhasil memantapkan kehadirannya di industri keuangan global karena manfaat dan kelebihan sistem teknologi yang inovatif. Dengan perkembangan layanan keuangan, kemajuan teknologi informasi, dan evolusi sektor keuangan, FinTech telah menjadi peluang baru dalam industri keuangan. Platform ini diharapkan dapat menarik minat badan regulator, melayani industri dan layanan produk untuk memahami perilaku konsumen untuk mendapatkan keunggulan kompetitif yang berbeda. Secara umum, digitalisasi dan teknologi telah memungkinkan pengembangan model bisnis baru di seluruh industri. Pendaftar baru telah menjadi pesaing yang menantang karena operasi biaya rendah, penawaran digital dan terhubung yang mengubah dinamika industri, memaksakan cara yang berbeda untuk bersaing dalam bisnis yang sudah ada (Porter dan Heppelmann, 2014).

Sejumlah penelitian terdahulu terkait preferensi atau determinasi muzakki dalam berdonasi zakat, faktor penting dalam sistem aplikasi online maupun digital serta faktor perspektif maupun individu bagi muzakki dalam membayar zakat, diantaranya: Durodolu (2016) menyelidiki Model Penerimaan Teknologi (TAM). Hasil riset memberikan pemahaman yang lebih dalam dan pengembangan TAM sebagai model yang sesuai untuk Komunikasi dan Teknologi Informasi untuk Pembangunan (ICT4D) / studi informatika sosial / informatika komunitas dan untuk menjelaskan hubungan antara keterampilan Literasi Informasi dan penerimaan teknologi. Fisol et al (2017) menyelidiki hubungan antara sikap, norma subyektif, kontrol perilaku yang dirasakan, tingkat pengetahuan dan religiusitas dengan niat muslim untuk menggunakan produk dan layanan koperasi Islam. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara sikap, norma subjektif, kontrol perilaku yang dirasakan, tingkat pengetahuan dan religiusitas dengan niat muslim untuk menggunakan produk dan layanan koperasi Islam.

Kemudian Ahmad et al (2014) melakukan riset yang bertujuan untuk mengukur kesadaran sistem online e-zakat di Selangor dan juga untuk memeriksa sejauh mana pemanfaatan e-zakat online di antara pembayar zakat individu menggunakan Teori Penerimaan Terpadu dan Penggunaan Teknologi (UTAUT) model. Hasil riset memberikan tantangan intelektual dan berkontribusi pengetahuan dalam bidang persepsi pengguna tentang pemanfaatan TI dan memberikan bukti yang sangat diperlukan tentang perlunya peningkatan kesadaran dan pemanfaatan e-zakat online. Adapun

Azizah dan Choirin (2018) memberikan diskusi beberapa masalah yang berkaitan dengan teknologi keuangan sebagai inovasi keuangan yang dapat digunakan dalam hal pencairan zakat di Indonesia. Hasil riset mengungkapkan bahwa faktor-faktor penentu teknologi dan keuangan Islam mendorong untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi dan pengentasan kemiskinan.

Doktoralina et al (2018) mengungkapkan faktor-faktor yang menentukan mobilisasi pembayaran zakat, misalnya, kesadaran, kemauan untuk menyumbang, kepercayaan dalam pengumpulan dan distribusi dengan perkembangan teknologi terbaru. Penelitian ini menggunakan metode analisis dokumentasi. Faktor-faktor yang mempengaruhi mobilisasi adalah kesadaran, kemauan untuk menyumbang, kepercayaan dalam pengumpulan dan distribusi dengan perkembangan teknologi terbaru untuk membantu memobilisasi pembayaran zakat pendapatan di Lembaga-lembaga Zakat. Friantoro dan Zaki (2018) menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman menggunakan teknologi keuangan untuk mengumpulkan zakat di Indonesia. Literatur menunjukkan bahwa selalu ada peluang bagi lembaga amil zakat untuk menggunakan teknologi keuangan untuk mengumpulkan zakat karena kekuatan teknologi informasi di era 4.0. Namun demikian selalu ada ancaman dan kelemahan untuk menggunakan teknologi keuangan.

Kemudian Hijriana dan Nugroho (2018) mengungkapkan bahwa dengan menggunakan teknologi keuangan, inklusi keuangan akan meningkat dan berkorelasi positif dengan indeks pembangunan manusia. Relasi ini akan memandu Indonesia ke kondisi optimisasi zakat. Selanjutnya Rachman dan Salam (2018) mengungkapkan bahwa teknologi keuangan atau fintech, sebagai media informasi yang digunakan untuk melaksanakan layanan keuangan berbasis teknologi, telah menjadi fondasi yang besar dalam upaya meningkatkan efektivitas dan efisiensi layanan keuangan. Sistem manajemen zakat terintegrasi telah dikembangkan dan perlu inovasi untuk dikembangkan. Hal ini berarti bahwa manajemen zakat berbasis fintech akan terus tumbuh dan tumbuh dengan baik, baik di sisi pasar maupun konsumen (terutama untuk aspek permintaan), sehingga diperlukan regulasi, standardisasi dan upaya untuk menjamin pengelolaan zakat menggunakan fintech media.

Adapun Tantriana dan Rahmawati (2018) melakukan riset yang bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat preferensi masyarakat Surabaya dalam menentukan cara zakat

(pembayaran yang dilakukan setiap tahun berdasarkan hukum Islam) pada jenis properti tertentu dan digunakan untuk tujuan amal dan keagamaan. Berdasarkan hasil analisis, ditemukan bahwa variabel pengetahuan zakat, tingkat kepastian dan tingkat kepuasan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi muzaki untuk pembayaran zakat. Sedangkan Santoso (2019) dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik analisis SWOT untuk menganalisis faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman). Studi ini menemukan strategi untuk mengoptimalkan zakat melalui peningkatan sistem tata kelola dan informasi tentang lembaga digitalisasi berbasis zakat. Dari hasil penelitian terdahulu, penelitian ini spesifik pada zakat profesi dari kelompok karyawan yang memiliki potensi cukup besar di Indonesia untuk menjadi muzakki.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kepustakaan dan survei dimana peneliti terlebih dahulu mengkaji kepustakaan yang berkaitan erat dengan permasalahan penelitian. Dalam penelitian ini, data yang digunakan merupakan data sekunder dan primer. Data sekunder didapat dari literatur buku, jurnal, tesis, disertasi yang menghasilkan sejumlah pertanyaan sebagai daftar isian kuisisioner. Setelah itu, peneliti membuat kuisisioner dan meminta sejumlah responden untuk menjawab kuisisioner tersebut. Pemilihan responden dalam penelitian ini dilakukan secara random sampling dan probability sampling ditujukan kepada muslim pekerja/karyawan yang berdomisili atau beraktifitas di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi. Peneliti ingin mengetahui faktor tingkat inklusi dan determinasi responden tersebut dalam berdonasi zakat profesi secara online atau digital.

Responden menjawab kuisisioner tersebut berdasarkan Analisa Judgement sesuai dengan keyakinan responden tersebut terhadap pertanyaan dan pernyataan yang ada dalam kuisisioner. Kuisisioner berisi dua bagian; bagian pertama dirancang untuk mengumpulkan informasi tentang karakteristik sampel, demografi dan data ekonomi sampel. Pada bagian kedua, responden yang telah bertindak sebagai muzakki zakat profesi diminta untuk menjawab sejumlah pertanyaan kualitatif terkait determinasi mereka dalam berzakat secara online atau digital. Adapun responden menjawab dengan

skala linkert Lima Point dari skala sangat tidak signifikan (skala 1) sampai dengan sangat signifikan (skala 5).

Metode yang digunakan adalah analisa deskriptif, analisis faktor dan analisis mean. Analisis deskriptif berupaya mengungkapkan karakteristik, demografi dan data aktifitas ekonomi responden dalam suatu bentuk penyajian data yang mudah dimengerti dan diterjemahkan dan mengetahui tingkat inklusi karyawan muslim dalam berzakat profesi. Analisis faktor berupaya mereduksi sejumlah elemen pertanyaan yang tidak signifikan dan membuat suatu klasifikasi dengan meloadng suatu entitas faktor sehingga dapat diketahui elemen dan faktor mana yang memiliki skala prioritas yang tinggi. Analisis faktor digunakan untuk mengidentifikasi 4 kriteria evaluatif dalam aspek layanan teknologi (persepsi kegunaan layanan online atau digital zakat, persepsi kemudahan layanan online atau digital zakat, persepsi manfaat layanan online atau digital zakat dan persepsi keamanan layanan online atau digital zakat). Setelah itu analisis mean digunakan untuk mengungkapkan distribusi frekuensi, distribusi prosentase serta peringkat prioritas faktor. Kemudian Setelah itu, peneliti melakukan interpretasi data dan membuat kesimpulan serta rekomendasi berdasarkan temuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Dalam analisa ini, akan memaparkan terkait seleksi responden, data demografi responden serta faktor dan variabel indikator penelitian yang digunakan. Berikut masing-masing penjelasannya:

Seleksi Responden dan Tingkat Inklusi Muzakki Zakat Profesi

Sebanyak 150 kuisisioner dibagikan kepada responden pekerja/karyawan muslim, namun yang dikembalikan kepada peneliti sebanyak 118 kuisisioner. Dari 118 responden tersebut terklasifikasi menjadi 2, yaitu responden pekerja/karyawan muslim yang telah bertindak sebagai muzakki zakat profesi dan belum bertindak sebagai muzakki zakat profesi. Dari data yang didapatkan bahwa terdapat 44 responden dari 118 responden, yang telah bertindak sebagai pelaku muzakki zakat profesi atau ekuivalen dengan 37,29 %.

Data Demografi dan Aktifitas Ekonomi Responden

Informasi demografi dan aktifitas ekonomi yang diperoleh dari responden yang diklasifikasikan menjadi 2 (dua) tersebut mengenai gender, umur, status pernikahan, pendidikan terakhir, jenis pekerjaan, jumlah pendapatan sebulan, serta klasifikasi responden apakah sebagai pengguna E-Money, pengguna jasa aplikasi fintek pembayaran, pengguna jasa aplikasi fintek toko online/ market place dan pengguna bank syariah. Berdasarkan data dari 118 responden yang dapat diproses, dapat dilihat dari Tabel 1 sebagai berikut :

Tabel 1. Data Demografi dan Aktifitas Ekonomi Responden

Gender (n = 118)					
	Muzakki Zapro		Bukan Muzakki Zapro		Total
Pria	24		Pria	34	58
Wanita	20		Wanita	40	60
Umur (n = 118)					
	Muzakki Zapro		Bukan Muzakki Zapro		Total
16-19	1		16-19	12	13
20-24	12		20-24	39	51
25-29	9		25-29	12	21
30-34	5		30-34	5	10
35-39	9		35-39	4	13
Diatas 39	8		Diatas 39	2	10
Status Pernikahan (n = 118)					
	Muzakki Zapro		Bukan Muzakki Zapro		Total
Lajang	18		Lajang	59	77
Menikah	26		Menikah	15	41
Janda/ Duda	0		Janda/ Duda	0	0

Pendidikan Terakhir (n = 118)

	Muzakki Zapro	Bukan Muzakki Zapro	Total
SMA/MA/SMK	21	SMA/MA/SMK 61	82
Diploma	4	Diploma 1	5
Sarjana	17	Sarjana 11	28
Pascasarjana	2	Pascasarjana 1	3

Jenis Pekerjaan (n = 118)

	Muzakki Zapro	Bukan Muzakki Zapro	Total
PNS	2	PNS 3	5
BUMN/BUMD	5	BUMN/BUMD 3	8
Pekerja Tetap Swasta	34	Pekerja Tetap Swasta 51	85
Pegawai Honoror/Outsourcing	3	Pegawai Honoror/Outsourcing 17	20

Jumlah Pendapatan Sebulan (n = 118)

	Muzakki Zapro	Bukan Muzakki Zapro	Total
< Rp 2 juta	0	< Rp 2 juta 11	11
Rp 2 juta – Rp 4 juta	6	Rp 2 juta – Rp 4 juta 41	47
Rp 4 juta – Rp 8 juta	23	Rp 4 juta – Rp 8 juta 14	37
Rp 8 juta – Rp 10 juta	5	Rp 8 juta – Rp 10 juta 3	8
> Rp 10 juta	10	> Rp 10 juta 5	15

Pengguna Jasa E-Money (n = 118)

	Muzakki Zapro	Bukan Muzakki Zapro	Total
Tidak	8	Tidak 43	51
Ya	36	Ya 31	67

Pegguna Jasa Aplikasi Fintek Pembayaran (n = 118)

	Muzakki Zapro	Bukan Muzakki Zapro	Total
Tidak	8	Tidak 26	34
Ya	36	Ya 48	84

Pegguna Jasa Aplikasi Fintek Toko Online/ *Market Place* (n = 118)

	Muzakki Zapro	Bukan Muzakki Zapro	Total
Tidak	4	Tidak 12	16
Ya	40	Ya 62	102

Pegguna Jasa Bank Syariah (n = 118)

	Muzakki Zapro	Bukan Muzakki Zapro	Total
Tidak Pernah	9	Tidak Pernah 46	55
Pernah	7	Pernah 10	17
Masih	28	Masih 18	46

Berdasarkan data dari tabel 1 dapat dijelaskan bahwa terdapat 44 responden dari 118 responden, yang telah bertindak sebagai pelaku muzakki zakat profesi atau ekuivalen dengan 37,29 % sedangkan sisanya sebanyak 74 responden atau ekuivalen 62,71 % adalah responden yang belum bertindak sebagai pelaku zakat profesi. Adapun karakteristik dari responden yang telah bertindak sebagai pelaku muzakki zakat profesi secara dominan : bergender pria sebanyak 24 orang, berumur antara 20 sampai 24 tahun sebanyak 12 orang, telah menikah sebanyak 26 orang, telah tamat pendidikan SMA/ MA/ SMK sebanyak 21 orang, bekerja sebagai pegawai tetap swasta sebanyak 34 orang, berpendapatan sebulan antara Rp 4 juta sampai Rp 8 juta sebanyak 23 orang, merupakan pengguna jasa E-Money sebanyak 36 orang, merupakan pengguna jasa aplikasi fintek pembayaran sebanyak 36 orang, merupakan pengguna jasa aplikasi fintek toko online/ market place sebanyak 40 orang dan merupakan nasabah aktif bank syariah sebanyak 28 orang.

Faktor dan Variabel Indikator Penelitian

Adapun faktor yang diidentifikasi dalam penelitian ini terkait faktor determinasi dari 44 responden pekerja/karyawan muslim sebagai pelaku muzakki zakat profesi secara online atau digital adalah: (1) persepsi kegunaan layanan online atau digital zakat, (2) persepsi kemudahan layanan online atau digital zakat, (3) persepsi manfaat layanan online atau digital zakat, dan (4) persepsi keamanan layanan online atau digital zakat. Adapun sebanyak 21 variabel indikator diperlukan untuk menjadi rincian bagi keempat faktor tersebut.

Analisis Faktor

Dengan menggunakan bantuan SPSS versi 20, data penelitian yang dapat diproses dari 44 responden pekerja/karyawan muslim sebagai pelaku muzakki zakat profesi dilakukan dengan metode analisis faktor. Berikut adalah tahapannya:

Uji Determinant of Correlation Matrix

Asumsi analisis faktor pertama adalah menguji matriks korelasinya. Matrik korelasi antar variabel dinyatakan saling terkait apabila determinan bernilai mendekati nilai 0. Hasil perhitungan menunjukkan nilai Determinant of Correlation Matrix sebesar 0,00000000000004071. Nilai ini mendekati 0 (nol), dengan demikian matrik korelasi antara variabel saling terkait.

Uji Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling dan Barlett Test of Spehricity

Asumsi analisis faktor berikutnya adalah: Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling (KMO) adalah indek perbandingan jarak antara koefisien korelasi dengan koefisien korelasi parsialnya. Jika jumlah kuadrat koefisien korelasi parsial di antara seluruh pasangan variabel bernilai kecil jika dibandingkan dengan jumlah kuadrat koefisien korelasi, maka akan menghasilkan nilai KMO mendekati 1. Nilai KMO dianggap mencukupi jika lebih dari 0,5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling sebesar 0,864. Dengan demikian persyaratan KMO memenuhi persyaratan karena memiliki nilai di atas 0,5. Adapun nilai Barlett Test of Spehricity sebesar 1327.189 dengan signifikansi sebesar 0,000. Dengan demikian Bartlett Test of Spehricity memenuhi persyaratan karena signifikansi di bawah 0,05 (5%). Pada tabel 2, di bawah ini adalah penjelasannya:

Tabel 2. Nilai KMO dan Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.864
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1327.189
	Df	210
	Sig.	0.000

Faktor Persepsi Kegunaan Layanan Online atau Digital Zakat

Faktor pertama yang diidentifikasi dalam penelitian ini yang kemudian ditanyakan kepada para responden muslim pekerja/karyawan terkait faktor determinasi mereka dalam berdonasi zakat profesi secara online atau digital adalah persepsi kegunaan layanan online atau digital zakat. Total variabel indikator dalam aspek ini berjumlah 7 item. Variabel yang memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu dapat meningkatkan efisiensi dalam aktifitas penyaluran donasi zakat profesi (4,32) dan dapat memungkinkan menyelesaikan aktifitas penyaluran donasi zakat profesi dengan cepat (4,32). Nilai MSA dan loading komunalitas tiap variabel pada faktor ini sudah berada diatas 0,5. Berikut pada Tabel 3, memperlihatkan nilai MSA, loading komunalitas dan rata-rata semua variabel indikator dalam Faktor Persepsi Kegunaan Layanan Online atau Digital Zakat.

Tabel 3. Nilai MSA, Loading Komunalitas dan Mean Variabel Indikator

Faktor Persepsi Kegunaan Layanan Online atau Digital Zakat

Faktor Persepsi Kegunaan Layanan Online atau Digital Zakat	Nilai MSA	Nilai Loading	Nilai Mean
1. dapat meningkatkan efisiensi dalam aktifitas penyaluran donasi zakat profesi yang saya lakukan	.859a	0.902	4.32
2. dapat membantu menyelesaikan aktifitas penyaluran donasi zakat profesi yang saya lakukan	.824a	0.795	4.30
3. dapat memberikan informasi berguna dalam aktifitas penyaluran donasi zakat profesi yang saya lakukan	.900a	0.862	4.27
4. dapat memungkinkan menyelesaikan aktifitas penyaluran donasi zakat profesi dengan cepat	.887a	0.898	4.32
5. menggunakan layanan pembayaran donasi zakat profesi secara online atau digital membuat lebih mudah bagi saya untuk melakukan berbagai pembayaran donasi agama saya	.861a	0.836	4.18
6. layanan pembayaran donasi zakat profesi secara online atau digital itu bermanfaat	.856a	0.772	4.30
7. menggunakan layanan pembayaran donasi zakat profesi secara online atau digital itu menguntungkan	.906a	0.686	4.14

Faktor Persepsi Kemudahan Layanan Online atau Digital Zakat

Faktor kedua yang diidentifikasi dalam penelitian ini yang kemudian ditanyakan kepada para responden muslim pekerja/karyawan terkait faktor determinasi mereka dalam berdonasi zakat profesi secara online atau digital adalah persepsi kemudahan layanan online atau digital zakat. Total variabel indikator dalam aspek ini berjumlah 5 item. Variabel yang memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu belajar menggunakan layanan pembayaran donasi zakat profesi secara online atau digital, akan mudah (4,18). Nilai MSA dan loading komunalitas tiap variabel pada faktor ini sudah berada di atas 0,5. Berikut pada Tabel 4, memperlihatkan nilai MSA, loading komunalitas dan rata-rata semua variabel indikator dalam Faktor Persepsi Kemudahan Layanan Online atau Digital Zakat.

Tabel 4. Nilai MSA, Loading Komunalitas dan Mean Variabel Indikator

Faktor Persepsi Kemudahan Layanan Online atau Digital Zakat

Faktor Persepsi Kemudahan Layanan Online atau Digital Zakat	Nilai MSA	Nilai Loading	Nilai Mean
1. belajar menggunakan layanan pembayaran donasi zakat profesi secara online atau digital, sangatlah mudah	.838a	0.872	4.09
2. sangat mudah untuk terbiasa dalam menggunakan layanan pembayaran donasi zakat profesi secara online atau digital	.816a	0.860	4.09
3. belajar menggunakan layanan pembayaran donasi zakat profesi secara online atau digital, akan mudah	.864a	0.836	4.18
4. interaksi dengan layanan pembayaran donasi zakat profesi secara online atau digital, tidak banyak membutuhkan upaya mental	.838a	0.760	4.07
5. mudah untuk menggunakan layanan pembayaran donasi zakat profesi secara online atau digital untuk menyelesaikan berbagai pembayaran donasi agama saya	.870a	0.861	4.09

Faktor Persepsi Manfaat Layanan Online atau Digital Zakat

Faktor ketiga yang diidentifikasi dalam penelitian ini yang kemudian ditanyakan kepada para responden muslim pekerja/ karyawan terkait faktor determinasi mereka dalam berdonasi zakat profesi secara online atau digital adalah persepsi manfaat layanan online atau digital zakat. Total variabel indikator dalam aspek ini berjumlah 3 item. Variabel yang memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu menggunakan layanan pembayaran donasi zakat profesi secara online atau digital dapat menghemat waktu (4,32) dan menggunakan layanan pembayaran donasi zakat profesi secara online atau digital dapat menawarkan berbagai pilihan program donasi yang lebih luas (4,32). Nilai MSA dan

loading komunalitas tiap variabel pada faktor ini sudah berada diatas 0,5. Berikut pada Tabel 5, memperlihatkan nilai MSA, loading komunalitas dan rata-rata semua variabel indikator dalam Faktor Persepsi Manfaat Layanan Online atau Digital Zakat.

Tabel 5. Nilai MSA, Loading Komunalitas dan Mean Variabel Indikator
Faktor Persepsi Manfaat Layanan Online atau Digital Zakat

Faktor Persepsi Manfaat Layanan Online atau Digital Zakat	Nilai MSA	Nilai Loading	Nilai Mean
1. menggunakan layanan pembayaran donasi zakat profesi secara online atau digital dapat menghemat waktu saya dalam melakukan transaksi pembayaran donasi agama	.862a	0.782	4.32
2. menggunakan layanan pembayaran donasi zakat profesi secara online atau digital dapat menawarkan saya berbagai pilihan program donasi yang lebih luas	.874a	0.691	4.32
3. menggunakan layanan pembayaran donasi zakat profesi secara online atau digital dapat menghemat biaya transaksi	.872a	0.645	4.14

Faktor Persepsi Keamanan Layanan Online atau Digital Zakat

Faktor keempat yang diidentifikasi dalam penelitian ini yang kemudian ditanyakan kepada para responden muslim pekerja/karyawan terkait faktor determinasi mereka dalam berdonasi zakat profesi secara online atau digital adalah persepsi keamanan layanan online atau digital zakat. Total variabel indikator dalam aspek ini berjumlah 6 item. Variabel yang memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu Server layanan pembayaran donasi zakat profesi secara online atau digital, bekerja dengan kecepatan yang baik (4,11) dan Server layanan pembayaran donasi zakat profesi secara online atau digital, berkinerja baik dengan memproses pembayaran secara benar (4,07). Nilai MSA dan loading komunalitas tiap variabel pada faktor ini sudah berada diatas 0,5. Berikut pada Tabel 6, memperlihatkan nilai MSA, loading komunalitas dan rata-rata semua variabel indikator dalam Faktor Persepsi Keamanan Layanan Online atau Digital Zakat.

Tabel 6. Nilai MSA, Loading Komunalitas dan Mean Variabel Indikator
Faktor Persepsi Keamanan Layanan Online atau Digital Zakat

Faktor Persepsi Keamanan Layanan Online atau Digital Zakat	Nilai MSA	Nilai Loading	Nilai Mean
1. Server layanan pembayaran donasi zakat profesi secara online atau digital, bekerja dengan kecepatan yang baik	.905a	0.622	4.11
2. Server layanan pembayaran donasi zakat profesi secara online atau digital, berkinerja baik dengan memproses pembayaran secara benar	.888a	0.730	4.07
3. tidak khawatir bahwa saya tidak akan melakukan kesalahan input jumlah uang dalam melakukan transaksi pembayaran	.823a	0.744	4.09

donasi agama			
4. tidak khawatir bahwa bila terjadi kesalahan transaksi, saya akan mendapatkan notifikasi dari Perusahaan atau lembaga pembayaran donasi zakat profesi	.892a	0.749	4.09
5. tidak khawatir bahwa data privasi saya tidak akan disebarakan oleh Perusahaan atau lembaga pembayaran donasi zakat profesi	.899a	0.739	4.09
6. tidak khawatir bahwa orang lain dapat mengakses akun layanan online atau digital saya	.843a	0.807	4.02

Berdasarkan data-data diatas, dapat disimpulkan bahwa semua variabel secara simultan telah memenuhi syarat validitas (nilai KMO = 0,864), semua variabel secara masing-masing telah memenuhi syarat reabilitas (nilai MSA > 0,5) dan semua variabel secara masing-masing telah memenuhi syarat komunalitas (nilai loading > 0,5). Dengan demikian bahwa 21 variabel yang menjadi indikator dari 4 faktor, mampu menerangkan sebagai faktor determinasi muslim pekerja/karyawan dalam berdonasi zakat profesi secara online atau digital.

Analisis Mean (Rata-rata) dan Penentuan Peringkat Faktor

Untuk memberikan pemahaman lebih lanjut terkait masalah penelitian, keempat faktor tersebut dicari peringkat faktornya dengan menghitung nilai komposit. Nilai komposit dihitung dengan membagi rata-rata total dari setiap item yang dimuat dalam faktor dengan jumlah item yang dimuat dalam masing-masing faktor. Faktor yang dominan dalam penelitian ini yang kemudian ditanyakan kepada para responden muslim pekerja/karyawan terkait faktor determinasi mereka dalam berdonasi zakat profesi secara online atau digital secara berurutan adalah persepsi kegunaan layanan online atau digital zakat (4,260), persepsi manfaat layanan online atau digital zakat (4,257), persepsi kemudahan layanan online atau digital zakat (4,104), dan persepsi keamanan layanan online atau digital zakat (4,080). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 7 dibawah ini:

Tabel 7. Prioritas Faktor

Faktor	Total Mean	Jumlah Variabel	Nilai Komposit	Peringkat
Persepsi Kegunaan Layanan Online atau Digital Zakat (PU)	29.82	7	4.260	1
Persepsi Manfaat Layanan Online atau Digital Zakat (PB)	12.77	3	4.257	2
Persepsi Kemudahan Layanan Online atau Digital Zakat (PE)	20.52	5	4.104	3

Persepsi Keamanan Layanan Online atau Digital Zakat (PS)	24.48	6	4.080	4
--	-------	---	-------	---

Berdasarkan hasil analisis, beberapa rekomendasi yang dapat peneliti sarankan adalah : pertama, badan atau lembaga zakat dapat secara sendiri maupun bersinergi dengan bank syariah, perusahaan fintek toko online/market place dan fintek pembayaran untuk menyediakan saluran pembayaran zakat secara online atau digital secara web based, digital based, phone banking, internet banking dan e-money. Saluran online atau digital tersebut harus memperhatikan kecepatan proses pembayaran (persepsi kegunaan) dan variasi pilihan program donasi (persepsi manfaat), mudah digunakan (persepsi kemudahan) dan proses pembayaran donasi yang benar (persepsi keamanan). Kedua, Pemerintah yang dapat diinisiasi dari Kementerian Agama, Kementerian Komunikasi dan Informatika, Kementerian Tenaga Kerja serta Otoritas Jasa Keuangan dapat memberikan sosialisasi dan edukasi program inklusi filantropi Islam berbasis penggunaan teknologi keuangan sehingga semakin banyak masyarakat pekerja yang menjadi muzakki zakat profesi.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan diperoleh kesimpulan sebagai berikut: Pertama, tingkat inklusi karyawan yang beraktifitas di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi dalam bertindak sebagai pelaku zakat profesi adalah 37,29 %. Lalu terdapat 4 faktor yang diidentifikasi dalam penelitian ini terkait faktor determinasi muslim pekerja/karyawan dalam berdonasi zakat profesi secara online atau digital adalah: (1) persepsi kegunaan layanan online atau digital zakat, (2) persepsi kemudahan layanan online atau digital zakat, (3) persepsi manfaat layanan online atau digital zakat, dan (4) persepsi keamanan layanan online atau digital zakat. Sebanyak 21 variabel indikator diperlukan untuk menjadi rincian bagi keempat faktor tersebut. Hasil didapatkan bahwa 21 variabel yang menjadi indikator dari 4 faktor, mampu menerangkan sebagai faktor determinasi muslim pekerja/karyawan dalam berdonasi zakat profesi secara online atau digital. Kedua, faktor yang dominan dalam penelitian ini yang kemudian ditanyakan kepada para responden muslim pekerja/karyawan terkait faktor determinasi mereka dalam berdonasi zakat profesi secara online atau digital secara berurutan adalah persepsi kegunaan layanan online atau digital zakat lalu persepsi manfaat layanan online atau

digital zakat lalu persepsi kemudahan layanan online atau digital zakat, dan persepsi keamanan layanan online atau digital zakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada UP2M Politeknik Negeri Jakarta yang telah mendanai penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N. N., Tarmidi, M., Ridzwan, I. U., Hamid, M., & Roni, R. (2014). The application of unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) for predicting the usage of E-Zakat online system. *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 3(4), 63-70.
- Al Azizah, U. S., & Choirin, M. (2018). Financial Innovation on Zakat Distribution and Economic Growth. In *International Conference of Zakat*.
- Amir Syarifuddin. (2003). *Garis-Garis Besar Fiqh*, Jakarta: Prenada Media, hlm. 40.
- bin Mohamed Fisol, W. N., bin Abdul Hamid, M., & Cheumar, M. T. (2017). Determinant Factors Muslim's Intention To Use Islamic Cooperative Products And Services: A Case Study In Southern Thailand. *The 3rdCHREST International Conference*.
- Doktoralina, C. M., Bahari, Z., & Abdullah, S. R. (2018). Mobilisation of Income Zakat Payment In Indonesia. *Ikonomika*, 3(2), 189-204.
- Durodolu, O. O. (2016). Technology acceptance model as a predictor of using information system to acquire information literacy skills. *Library Philosophy and Practice*.
- Friantoro, D., & Zaki, K. (2018). Do We Need Financial Technology for Collecting Zakat?. In *International Conference of Zakat*.
- Hafidhuddin, D. (2002). *Panduan zakat bersama Dr. KH. Didin hafidhuddin*, Republika Jakarta.
- Hijriana, S., & Nugroho, V. A. (2018). Role of Financial Technology in Zakah Optimization. In *International Conference of Zakat*.
- Porter, M. E., & Heppelmann, J. E. (2014). How smart, connected products are transforming competition. *Harvard business review*, 92(11), 64-88.

Qardhawi, Y. (2002). *Fatwa-fatwa kontemporer 3*, diterjemahkan oleh Samson Rahman dkk. Pustaka Al- Kautsar, Jakarta.

Rachman, M. A., & Salam, A. N. (2018). The Reinforcement of Zakat Management through Financial Technology Systems. *International Journal of Zakat*, 3(1), 57-69.

Santoso, I. R. (2019). Strategy for Optimizing Zakat Digitalization in Alleviation Poverty in the Era of Industrial Revolution 4.0. *IKONOMIKA*, 4(1), 35-52.

Tantriana, D., & Rahmawati, L. (2018). The Analysis of Surabaya Muzaki's Preference for Zakat Payment through Zakat Digital Method. In *International Conference of Zakat*.