

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Teori Perilaku

1. Pengertian Perilaku

Pada tahun 1980-an, grounded behavioral theory digunakan untuk meramalkan niat seseorang untuk terlibat dalam perilaku tertentu pada waktu dan lokasi tertentu.¹ Menurut teori ini, setiap tindakan yang dapat dilakukan seseorang untuk dirinya sendiri masuk akal. Elemen terpenting model ini adalah niat perilaku, yang dipengaruhi oleh keyakinan tentang kemungkinan bahwa tindakan akan menghasilkan hasil yang diinginkan dan penilaian individu tentang bahaya dan keuntungan dari hasil tersebut. Kemudahan mengatur perilaku untuk melihat perilaku yang diinginkan juga telah dimasukkan ke dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB). TPB adalah teori niat yang, dalam bentuknya yang paling sederhana, memperhitungkan tiga variabel: sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku.

Perilaku adalah respons individu terhadap pengaruh internal dan eksternal.² Rahma mendefinisikan perilaku sebagai rangkaian perbuatan atau perbuatan seseorang dalam menanggapi sesuatu, yang kemudian berkembang menjadi kebiasaan karena kepercayaan yang dianutnya.³ Proses membudayakan perbuatan seseorang untuk mengakui keberadaan Allah SWT dan mengikuti petunjuk-Nya sesuai dengan agama-Nya, seperti shalat, puasa, zakat, sedekah, dan manfaat lain yang hanya bisa diharapkan dari-Nya, dikenal dengan penanaman perilaku keagamaan.

Menurut Zahriya, pandangan individu atau kolektif terhadap lingkungan, konteks sosial, alam, teknologi, atau organisasi dioperasionalisasikan dan diaktualisasikan melalui perilaku.⁴ Pada dasarnya, kepribadian dan pengalaman

¹ Fuad Hasyim and Yulfan Arif Nurohman, 'Adopsi Teori Perilaku Berencana Dalam Menganalisis Niat Melakukan Wakaf Tunai', *Among Makarti*, 14.1 (2021), 78–92 <<https://doi.org/10.52353/ama.v14i1.201>>.

² Notoatmodjo Soekidjo, *Ilmu Perilaku Kesehatan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010).

³ Rahmi Rosita, 'Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Generasi Milenial Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Grabfood', *Jurnal Lentera Bisnis*, 9.1 (2020), 95 <<https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i1.348>>.

⁴ Zahriya Nurul Aini, Sri Budi Cantika Yuli, and Rahmad Hakim, 'Perilaku Muzakki Dalam Membayar Zakat Melalui Transaksi Non-Tunai Di Lembaga

membentuknya. Kemampuan muzakki untuk bersandar pada lembaga yang dipilihnya ditunjukkan dengan pilihan dan kepercayaannya pada lembaga tersebut untuk tujuan pendistribusian zakat. Upaya muzakki mengutamakan penyaluran zakat melalui lembaga amil zakat yang bereputasi baik karena dianggap mampu mengelola dana zakat dengan baik.

Dari penjelasan di atas, disimpulkan perilaku hanyalah aktivitas atau tingkah laku manusia, baik yang diamati oleh manusia maupun tidak dalam interaksinya dengan lingkungannya. Kegiatan atau perilaku ini disampaikan melalui pengetahuan, sikap, dan perilaku. Menurut dekimian, sikap terhadap perilaku, standar sewenang-wenang, dan pengertian kontrol perilaku menghasilkan niat perilaku, yang pada gilirannya mempengaruhi perilaku selanjutnya. Kemungkinan seseorang akan menggunakan teknologi akan dipengaruhi oleh faktor-faktor tersebut. Faktor-Faktor Yang mempengaruhi keputusan membayar zakat di era digital dapat dideskripsikan menggunakan *Theory of Planned Behaviour* (TPB)

2. Pembentukan Perilaku

Sebagian besar perilaku seseorang berupa perilaku yang diajarkan atau dikembangkan. lalu, bagaimana memodifikasi perilaku agar sesuai dengan harapan.

- a. Proses pengkondisian atau pembentukan kebiasaan, yang melibatkan kebiasaan bertindak dengan cara tertentu, menghasilkan pembentukan perilaku.
- b. Pengembangan perilaku sadar (insight) Pemahaman dapat digunakan untuk mempengaruhi perilaku (insight). Misalnya, datang terlambat ke kelas akan mengganggu teman Anda. Belajar dengan pemahaman merupakan pembelajaran kognitif dengan pendekatan berbasis teori.
- c. Model masih dapat digunakan untuk mempengaruhi perilaku, dan contoh atau model masih dapat digunakan untuk mempengaruhi perilaku. Jika orang tua menjadi panutan bagi anak-anaknya, maka pemimpin juga berperan sebagai panutan, yang mencerminkan bagaimana perilaku dibentuk melalui keteladanan. Strategi ini didasarkan pada teori pembelajaran sosial Albert Bandura,

yang sering dikenal dengan *observational learning theory*.⁵

3. Domain Perilaku

Perilaku manusia sangat kompleks dan memiliki jangkauan yang luas, terbagi kedalam:

a. Pengetahuan (*knowledge*)

Proses pengkondisian atau pembentukan kebiasaan, yang melibatkan kebiasaan bertindak dengan cara tertentu, menghasilkan pembentukan perilaku, yakni : indera pengelihatian, pendengaran, penciuman, rasa, dan raba.

b. Sikap (*attitude*)

Sikap ialah tindak balas atau gerak balas seseorang terhadap rangsangan atau objek yang masih tertutup. Sikap adalah tindak balas emosi terhadap rangsangan sosial. Sikap adalah kesediaan atau kesediaan untuk mengambil tindakan, bukan pelaksanaan motif tertentu.

c. Praktek atau tindakan (*practice*)

Tindakan terbagi menjadi beberapa tingkatan, yaitu:

- 1) Tahap pertama dari tindakan adalah persepsi, pengenalan, dan pemilihan berbagai objek yang relevan untuk dilakukan.
- 2) Respon terpimpin, atau kemampuan mengikuti instruksi berdasarkan contoh untuk mengerjakan tugas dengan urutan yang benar.
- 3) Mekanisme: Seseorang telah mencapai perilaku tingkat ketiga ketika mereka dapat melakukan suatu tindakan dengan tepat tanpa harus memikirkannya atau ketika mereka membentuk kebiasaan.
- 4) Adaptasi, yaitu praktek atau kegiatan yang canggih.⁶

⁵ Adnan Achirudin Saleh, *Pengantar Psikologi* (Makasar, Sulawesi Selatan: Aksara Timur, 2018).

⁶ Fatati Nuryana, 'PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF DAN KONTROL PERILAKU TERHADAP NIAT KEPATUHAN MUZAKKI PEGAWAI NEGERI SIPIIL (PNS) DALAM MEMBAYAR ZAKAT PROFESI PADA BADAN AMIL ZAKAT (BAZ) KABUPATEN SUMENEP', *Jurnal Iain Madura*, 13.3 (2016), 383-416 <<http://ejournal.iainmadura.ac.id/index.php/nuansa/article/view/1105/849>>..

4. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku

a) Faktor predisposisi

Faktor ini disebut sebagai faktor pendorong karena merupakan faktor positif yang menyebabkan amalan berkembang dengan baik. Sejumlah faktor tambahan yang berkontribusi tercantum di dalamnya, termasuk: kepercayaan, keyakinan, pendidikan, motivasi, persepsi, dan pemahaman.

b) Faktor pendukung

Dengan atau tanpa sanitasi atau fasilitas, lingkungan fisik memiliki bahan pendukung yang diperlukan. Sarana-sarana tersebut dalam hakekatnya mendukung atau mempersiapkan tingkah laku produksi, dikatakan sebagai faktor pendukung.

c) Faktor pendorong

Faktor pendorong terdapat dalam sikap dan perilaku sebagai kelompok referensi dari perilaku masyarakat yang banyak dipengaruhi orang penting.⁷

B. Generasi Milenial

1. Pengertian Generasi Milenial

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hidayatullah, generasi milenial terbentang antara tahun 1980 hingga 2000. Generasi ini sering disebut sebagai Gen-Y, Net Generation, Kit generation, Boomerang Generation, Peter Pan Generation, dll.⁸ Mereka disebut sebagai milenial karena merupakan generasi yang hidup di pergantian milenium. Sejalan dengan itu, teknologi digital kini aktif merambah ke setiap aspek kehidupan sehari-hari. Generasi sendiri didefinisikan sebagai sekelompok orang yang dapat diklasifikasikan menurut usia, jenis kelamin, pandangan politik atau pandangan politik yang sebenarnya, dan lingkungan yang berpengaruh pada aktivitas sehari-hari.⁹

⁷ Bambang Samsul Arifin, *Psikologi Sosial*, Beni Ahmad (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015).

⁸ Syarif Hidayatullah, Abdul Waris, and Riezky Chris Devianti, 'Perilaku Generasi Milenial Dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food', *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6.2 (2018), 240-49 <<https://doi.org/10.26905/jmdk.v6i2.2560>>.

⁹ Indah Budiati and others, *Profil Generasi Milenial Indonesia* (Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2018) <www.freepik.com>.

Menurut penelitian Walidah, generasi milenial yang lebih tua dan lebih besar menderita akibat pesatnya kemajuan teknologi dan internet. Agar tetap up to date dan praktis, generasi ini menggunakan situs jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan lain-lain serta alat perpesanan instan seperti email dan SMS.¹⁰ Generasi yang berfokus pada perubahan informasi, gaya hidup, dan teknologi seluler, Gen Y.¹¹ Dengan kata lain, Generasi Y adalah generasi yang berkembang di dunia digital yang terus berkembang.

Berdasarkan definisi yang diberikan di atas, disimpulkan milenium termasuk generasi yang lahir antara tahun 1980 dan 2000 dan memiliki penekanan kuat pada teknologi. Menurut grup tersebut, Milenial adalah generasi Rusia saat ini, berusia sekitar 15 hingga 34 tahun. Kelompok orang ini cocok dengan profil mahasiswa berusia sekitar 19–34 tahun yang saat ini terdaftar di perguruan tinggi setempat. Mereka mengikuti peran yang berbeda di antara penduduk, seperti siswa, pekerja, dan orang tua.

2. Karakteristik Generasi Milenial

Berdasarkan literatur diketahui ada macam-macam karakteristik dari generasi milenial,¹² diantaranya sebagai berikut:

- a. Milenial lebih percaya *user generated content* (UGC) daripada informasi searah.

Milenial seharusnya tidak menaruh kepercayaan pada barang yang dipublikasikan dengan baik atau perusahaan yang sudah mapan saat ini. Dapat diklaim bahwa orang tidak lagi berpikir bahwa informasi hanya berjalan satu arah. Mereka lebih menekankan pada *user generated content* (UGC) atau materi yang dibuat oleh individu. Misalnya, orang tidak hanya membeli sesuatu karena mereka melihat iklannya ketika mereka menginginkannya. Namun, mereka memulai dengan mencari review online atau rekomendasi yang ditawarkan oleh orang lain. Mereka tidak ragu untuk

¹⁰ Iffah Al Walidah, 'Tabayyun Di Era Generasi Millennial', *Jurnal Living Hadis*, 2.2 (2018), 317 <<https://doi.org/10.14421/livinghadis.2017.1359>>.

¹¹ Harries & Dudung Hadiwijaya Madiistriyatno, *Generasi Milenial Dalam Tantangan Membangun Komitmen Kerja/Bisnis Dan Adversity Quotient (AQ)*, Cetakan I (Tangerang: Indigo Media, 2019).

¹² Hardika Hardika, Eny Nur Aisyah, and Imam Gunawan, *Buku Transformasi Belajar Generasi Milenial, Education Inquiry* (Univeristas Negeri Malang, 2019).

memberi tahu merek tentang pengalaman positif atau negatif mereka sehingga orang lain dapat belajar.

- b. Generasi milenial lebih memilih *handphone* dibanding televisi.

Internet sangat penting bagi keberadaan generasi ini karena mereka diciptakan di era teknologi mutakhir. Sebagian besar generasi terutama generasi milenial pasti pernah menggunakan ponsel. Generasi milenial cenderung memilih mendapatkan informasi, pengetahuan, dan berbelanja melalui *handphone*. Akibatnya, generasi ini tidak memilih televisi sebagai sumber pengetahuan atau iklan. Mereka lebih mahir menggunakan teknologi daripada generasi sebelumnya, terutama jika menyangkut ponsel. Hal ini menunjukkan pergeseran bagaimana generasi yang berbeda menggunakan ponsel dalam hal perilaku.

- c. Milenial wajib mempunyai media sosial.

Pada era saat ini sedang maraknya komunikasi menggunakan media sosial, terlebih kaum milenial. Mereka diidentikkan dengan penggunaan media sosial yang *massive* misalnya untuk berkomunikasi atau mendapatkan informasi tanpa harus bertemu langsung atau bertatapapan. Perbedaan yang tinggi dalam penggunaan media sosial antara generasi sebelumnya dapat mengindikasikan adanya perbedaan perilaku dan gaya hidup dari generasi sebelumnya.

- d. Milenial cenderung bekerja tidak loyal namun efektif.

Di tahun mendatang, kaum milenial diantisipasi menjadi mayoritas tenaga kerja di hampir setiap benua. Milenial saat ini merupakan sebagian besar eksekutif atau manajer perusahaan. Mayoritas dari mereka sering menginginkan upah yang adil, jam kerja yang fleksibel, dan promosi dalam setahun. Mereka juga memiliki loyalitas kerja yang lebih rendah tetapi loyalitas merek yang lebih tinggi. Mereka biasanya hanya memiliki umur tiga tahun. Namun, era informasi yang mereka jalani membuat generasi milenial lebih pintar, dan banyak bisnis mengalami pertumbuhan pendapatan sebagai hasil dari angkatan kerja yang lebih muda.

- e. Milenial cenderung melakukan transaksi secara *cashless*.

Semakin banyak milenial yang beralih ke transaksi nontunai karena teknologi semakin mudah digunakan dan semakin maju. Karena kemudahan yang praktis semua transaksi dapat dilakukan dengan menggunakan *swipe*,

mereka memilih sesuatu yang lebih bermanfaat, efisien, dan efektif.

C. Zakat

1. Pengertian Zakat

Menurut kutipan Yusuf Qardawi dari kitab Mu'jam Wasit, kata "zakat" berasal dari akar bahasa Arab "az-zakah", yang berarti diberkati, tumbuh, bersih, suci, berkembang, dan baik. Dengan gabungan dua istilah ini, "syara" memiliki dua arti.¹³ Pertama, percaya bahwa zakat akan meningkatkan kemakmuran. Kedua, zakat adalah jiwa yang bersih dari realitas kemiskinan dan dosa.¹⁴

Yasin Ibrahim al-Syaikh menyebutkan zakat mensyaratkan pemurnian harta seseorang dengan pembagian yang adil dari sebagian kekayaan seseorang kepada yang membutuhkan.¹⁵ Yasin Ibrahim al-Syaikh mengklaim bahwa zakat mensyaratkan pemurnian harta seseorang dengan pembagian yang adil dari sebagian kekayaan seseorang kepada yang membutuhkan.¹⁶

Sebagaimana dinyatakan dalam beberapa hadits Nabi, zakat adalah ibadah yang mendasar dan salah satu dari tiga rukun Islam. Akibatnya, keberadaannya disebut sebagai ma'luum minad-diin bid-dharuurah. Konsep pemerataan pendapatan terletak pada jantung agama yang memasukkan zakat. Uang zakat dikumpulkan dari kekayaan orang kaya dan diberikan kepada yang membutuhkan, meskipun tujuan zakat bukanlah untuk membuat orang kaya menjadi miskin. Hal ini dimaksudkan agar zakat hanya dapat dipotong dari harta yang memenuhi syarat-syarat zakat yang ditentukan.

Berbagai faktor di atas mengarah pada kesimpulan bahwa zakat adalah bagian dari harta yang diberikan kepada delapan organisasi yang berhak dizakati setelah memenuhi standar dan bertahan selama satu tahun (mustahiq). UU No. 1 dicabut oleh UU Pengelolaan Zakat tahun 2011. UU No. 38 Tahun 1999 diperkirakan akan memberikan jaminan dan akuntabilitas baru

¹³ Ali Ridho, "Zakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Al-'Adl*, 39.1 (2014), 1–24.

¹⁴ T.M. Hasbi Ash-Shiddieqy, *Pedoman Zakat*, (Jakarta: PT Bulan Bintang, 1984), 24.

¹⁵ Yasin Ibrahim al-Syaikh, *Kitab Zakat Hukum Tata Cara dan Sejarah*. (Bandung: Marja. 2018), 27.

¹⁶ Nuruddin Mhd, Ali, *Zakat sebagai Instrumen dalam Kebijakan Fiskal*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2006), Ed. 1, 6.

kepada pemerintah dalam menjalankan Badan Amil Zakat dan menyeimbangkan kepentingan para stakeholders.

2. Dasar Hukum Zakat

Karena zakat diperintahkan dalam Al-Qur'an dan dalam hadits Nabi, Allah SWT telah memerintahkannya sebagai sarana membagi kekayaan kepada mereka yang paling membutuhkan. Kewajiban membayar zakat sama dengan kewajiban shalat, tetapi, tidak seperti yang terakhir, yang pertama tidak dapat dipaksakan pada orang lain. Zakat dipandang oleh para ulama sebagai hal yang esensial bagi seorang muslim yang otonom, bertanggung jawab, dan berpengetahuan.

Al-Qur'an yang telah memerintahkan umat islam untuk menunaikan zakat, Allah SWT berfirman:¹⁷

1. Surat At-Taubah: 103

حُذِّ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلَّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya: “Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan berdo'alah untuk mereka. Sesungguhnya do'a kamu itu (menjadi) ketentraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.” (QS. At-Taubah:103)

2. Surat At-Taubah: 104

أَمْ يَعْلَمُونَ أَنَّ اللَّهَ هُوَ يَقْبَلُ التَّوْبَةَ عَنْ عِبَادِهِ وَيَأْخُذُ الصَّدَقَاتِ وَأَنَّ اللَّهَ هُوَ الْمَتَّوِّبُ الرَّحِيمُ

Artinya: “Tidaklah mereka mengetahui, bahwasanya Allah menerima taubat dari hamba-hamba Nya dan menerima zakat dan bahwasanya Allah Maha Penerima Taubat lagi Maha Penyayang.” (QS. At-Taubah:104)

¹⁷ Muhammad Iqbal, 'Hukum Zakat Dalam Perspektif Hukum Nasional', *Jurnal Asy-Syukriyyah*, 20.1 (2019), 26–51 <<https://doi.org/10.36769/asy.v20i1.43>>.

3. Surat Al-Baqarah: 43

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ

Artinya: “Dan dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat dan ruku’ lah beserta orang-orang yang ruku’.” (QS. Al-Baqarah:43)

4. Surat Al-Bayyinah: 5

وَمَا أُمِرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ حُنَفَاءَ وَيُقِيمُوا الصَّلَاةَ وَيُؤْتُوا الزَّكَاةَ ۚ وَذَلِكَ دِينُ الْقَيِّمَةِ

Artinya: “Padahal mereka tidak disuruh kecuali supaya menyembah Allah dengan memurnikan keetaatan kepada Nya dalam (menjalankan) agama yang lurus, dan supaya mereka mendirikan shalat dan menunaikan zakat, dan yang demikian itulah agama yang lurus.” (QS. Al-Bayyinah: 5)

Selain dijelaskan dalam Al-Qur’an, perinah kewajiban penunaian zakat juga dijelaskan dalam hadist berikut ini:

عَنْ ابْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ بُنِيَ الْإِسْلَامُ عَلَى خَمْسٍ شَهَادَةِ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَنَّ مُحَمَّدًا رَسُولُ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ وَالْحَجِّ وَصَوْمِ رَمَضَانَ

Dari Ibnu Umar Radhiyallahu ‘anhuma, dia berkata: Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda: “Islam dibangun diatas lima (tonggak), Syahadat Laa ilaaha illa Allah dan (syahadat) Muhammad Rasulullah, menegakkan shalat, membayar zakat, haji, dan puasa Ramadhan.” (HR. Bukhari no. 8)

عَنْ ابْنِ عُمَرَ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ بُنِيَ الْإِسْلَامُ عَلَى خَمْسَةٍ عَلَى أَنْ يُؤَخَّذَ اللَّهُ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ وَصِيَامِ رَمَضَانَ وَالْحَجِّ فَقَالَ رَجُلٌ الْحُجُّ وَصِيَامِ رَمَضَانَ قَالَ لَا صِيَامَ رَمَضَانَ وَالْحُجُّ هَكَذَا سَمِعْتُهُ مِنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ

Dari Ibnu Umar Radhiyallahu ‘anhuma, dia berkata: Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda: “Islam dibangun diatas

lima (tonggak), mentauhidkan (mengesakan) Allah, menegakkan shalat, membayar zakat, puasa Ramadhan, haji.” Seorang laki-laki mengatakan: “Haji dan puasa Ramadhan”, maka Ibnu Umar berkata: “Tidak, puasa Ramdhan dan haji, demikian ini aku telah mendengar dari Rasulullah Shallahu ‘alaihi wa sallam.” (HR. Muslim, no 16-19)

Zakat adalah salah satu rukun Islam dan wajib, sesuai dengan Al-Qur'an dan hadits sebagaimana yang telah dipahami. Tanggung jawab zakat ditekankan oleh agama bagi mereka yang hidup dalam masyarakat Muslim dan Islam. Menerima zakat mungkin memerlukan pembayaran melalui penjualan ternak, perdagangan aset, dan hal-hal lain. Zakat akan bermanfaat bagi mereka yang mengeluarkannya dalam beberapa cara, termasuk mencegah mereka dari merampas hak orang lain secara zalim, membebaskan mereka dari kemiskinan, mencegah mereka dari terlalu mencintai harta mereka, dan menerima doa, yang akan mendorong perdamaian jiwa.

3. Syarat-syarat Wajib Zakat

Hukum Islam telah menetapkan sejumlah persyaratan yang harus dipenuhi sebelum zakat dapat diberikan. Persyaratan yang dimaksud adalah persyaratan bagi individu yang wajib membayar zakat dan persyaratan harta yang dapat dihibahkan zakatnya. Persyaratan wajib dan persyaratan hukum adalah dua kategori di mana kewajiban ini sah.¹⁸ Adapun syarat wajib zakat:

1. Merdeka, tidak memiliki harta sendiri, dia tidak wajib membayar zakat. Semuanya adalah milik tuannya.
2. Islam, seseorang harus membayar zakat sesuai dengan hukum Islam.
3. Baligh dan berakal, maka orang dewasa, orang berakal, anak-anak, dan orang gila tidak diwajibkan membayar zakat atas hartanya.
4. Harta ini meliputi barang-barang seperti emas, perak, barang tambang, barang temuan (rikaz), komoditas, hewan, dan hal-hal lain yang perlu dibayar.
5. Harta mencapai nishab (jumlah minimal).
6. Kepemilikan penuh atas properti.
7. Telah berlalu satu tahun atau cukup haul (ukuran waktu masanya)

¹⁸ Abdul Al-Hamid Mahmud Al-Ba'iy, *Ekonomi Zakat*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), Ed 1, 8.

8. Tidak memiliki hutang
9. Melebihi kebutuhan dasar atau pokok.
10. Harta tersebut harus didapatkan dengan cara yang baik dan halal.
11. Berkembang, baik melalui pertumbuhan kekayaan materi maupun sebagai akibat dari perluasan perdagangan, yang berpotensi tumbuh baik di tangannya sendiri maupun di tangan orang lain.

Adapun syarat sahnya zakat yaitu:

1. Berwawasan muzakki (pengirim zakat)
2. Kepemilikan Muzakki berpindah kepada Mustahik (penerima zakat).

4. Macam-macam Zakat

Pada dasarnya zakat terbagi menjadi dua, diantaranya yaitu:¹⁹

1. Zakat Fitrah

Sebelum Idul Fitri, semua umat Islam, baik orang tua, anak-anak, dan bayi, diwajibkan membayar zakat fitrah. Zakat biasanya disiapkan menjadi hidangan umum seperti nasi. Selain membayar harga sembako setempat melalui Badan Amil Zakat (BAZ) atau Lembaga Amil Zakat (LAZ), jumlah zakat yang normal adalah 2,5 kg atau 3,5 liter beras. sebagai tanda syukur kita kepada Allah karena memberikan nikmat berbuka puasa maka diharuskan membayar zakat. Selain itu, memberikan sedikit harta kita kepada kurang mampu selama Idul Fitri. Selain itu, zakat fitrah menghapus dosa yang mungkin dilakukan selama puasa Ramadhan.

2. Zakat Maal

Harta orang atau badan hukum termasuk zakat maal, yang perlu disalurkan kepada pihak-pihak tertentu. Emas, perak, uang, hasil bumi, usaha, hasil tambang, hasil ternak, pendapatan dan jasa, serta barang sitaan semuanya tercantum wajib zakat dalam Pasal 4 Ayat 2 Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011.

Sementara beberapa menyebutkan bahwa zakat maal termasuk dalam bidang ekonomi klasik, zakat didasarkan pada ajaran Rasulullah SAW dan mencakup zakat yang terkait dengan perdagangan, pertanian, emas dan perak, ternak, penemuan, dan pertambangan. Zakat waktu berasal dari zakat sektor ekonomi

¹⁹ Esli Kartika, *Pedoman Pengelolaan Zakat*, (Semarang: UNNES press, 2006), 21.

kontemporer, termasuk zakat saham, zakat bisnis, zakat polis asuransi, dll. Berbagai bentuk zakat maal meliputi:²⁰

a) Zakat Hewan Ternak

Persyaratan utama zakat pada hewan ternak adalah:

1. Lima ekor unta, tiga puluh ekor sapi, dan empat puluh ekor kambing atau domba adalah jumlah minimal hewan yang diwajibkan untuk melakukan nishab.
2. Sudah setahun (haul).
3. Mengembalakan domba di depan umum.
4. Tidak digunakan untuk kebutuhan profesional atau pribadi pemiliknya.

b) Zakat Emas dan Perak

Syarat utama zakat pada emas dan perak, yaitu:

1. Mencapai nishab zakatnya 2,5%.
Nishab emas adalah 20 Dinar=20 mitsqal, 85 gram emas 24 karat, 97 gram emas 21 karat, 11 gram emas 18 karat. Nishab perak adalah 595 gram.
2. Telah mencapai haul.

c) Zakat Perdagangan

Ada syarat utama dalam zakat perdagangan, yaitu:

1. Niat berdagang
2. Mencapai nishab.
3. Nisab zakat harta perdagangan masing-masing 85% dan 2,5% zakat, sama seperti nisab zakat emas dan perak.
4. Telah mencapai haul 1 tahun.

d) Zakat hasil pertanian

Syarat utama dalam kewajiban zakat hasil pertanian adalah:

1. Pengeluaran zakat setiap panen.
2. Nishab 635 kg, zakatnya 5% jika diairi dengan irigasi dan 10% jika tidak diairi dengan irigasi.

e) Zakat Investasi

Adapun syarat wajib zakat investasi adalah:

1. Senilai 85 gram emas.
2. Telah genap 1 tahun.
3. Zakatnya sebanyak 2,5% dari seluruh penghasilan selama satu tahun.

5. Hikmah Zakat

Berikut ini hikmah atau manfaat zakat yaitu:²¹

²⁰ Ismail Nawawi, *Manajemen Zakat dan Wakaf*, (Jakarta: VIV Press, 2013), 103-134.

- 1) Sebagai wujud keimanan seseorang kepada Allah SWT, bersyukur nikmat-Nya, menumbuhkan keutamaan akhlak dan kesadaran manusia, memberantas materialisme, keserakahan, dan kikir, menciptakan pandangan hidup yang damai, dan mendorong pertumbuhan harta.
- 2) Zakat adalah hak mustahik, maka tujuannya adalah untuk membantu, mendampingi, dan mengarahkan masyarakat khususnya masyarakat miskin menuju kehidupan yang lebih baik yang memungkinkan mereka untuk menyembah Allah SWT dengan benar, menghindari keraguan, dan menghilangkan kecemburuan, iri hati, atau permusuhan yang mungkin mereka rasakan saat menyaksikan orang kaya.
- 3) Para mujahid berusaha mencari keuntungan karena dia adalah pilar amal yang saling menguntungkan antara orang kaya yang hidup berkelebihan dan seorang mujahidin yang mengabdikan seluruh waktunya untuk jihad di jalan Allah karena jadwalnya yang padat.
- 4) Bentuk jaminan sosial lain yang unik berdasarkan ajaran Islam adalah zakat. Fakir miskin dan kehidupan orang lain yang menderita akan terpelihara dengan baik oleh zakat. Zakat merupakan manifestasi dari perintah Allah untuk senantiasa saling tolong-menolong secara manusiawi dan bertakwa.

D. Era Digital

Sistem digital baru-baru ini diadopsi oleh teknologi komunikasi media elektronik karena transisi produk media seperti e-book, internet, surat kabar digital, perpustakaan elektronik, pasar, dll. Istilah "revolusi digital" sering digunakan untuk menggambarkan hal ini. jangk waktu awal 1990-an menjadi awal revolusi digital global. Era digital, yang tetap menghormati dasar-dasar sistem digital sebelumnya, adalah era di mana informasi bergerak melintasi media elektronik dengan kejelasan, akurasi, dan kecepatan.

Generasi milenial khususnya hidup di era digital, yang tentunya akan berdampak pada cara hidup masyarakat. Termasuk mode pengumpulan informasi dan pembelajaran. Peningkatan aksesibilitas informasi memiliki efek samping yang berbahaya juga. Kemudahan menggunakan berbagai aplikasi dan teknologi untuk

²¹ Ahmad (STAIN KUDUS) Syafiq, *'Zakat Ibadah Sosial Untuk Meningkatkan Ketaqwaan Dan Kesejahteraan Sosial'*, *Ziswaf*, 2.2 (2015), 380–400.

menyelesaikan semua tugas Anda justru menurunkan mobilitas, aktivitas fisik, kemalasan, bahkan bisa mengakibatkan obesitas, di antara penyakit lainnya. Selain itu, kriminalitas mudah diaktifkan, permainan internet merusak mentalitas generasi milenial, pelanggaran hak cipta sederhana, dll.

Pengguna internet dan penyiaran digital semakin meningkat akibat kemajuan teknologi transmisi, khususnya jaringan komputer. Selain itu, penemuan ponsel dengan cepat menyebar ke masyarakat dan memberikan kontribusi signifikan terhadap revolusi digital dengan memungkinkan komunikasi global, hiburan, dan jaringan online. Indonesia telah maju secara signifikan di era digital, termasuk pengembangan sistem pembayaran zakat online. Indonesia mengadopsi teknologi informasi, khususnya internet, kurang lebih satu dekade lebih lambat dari kebanyakan negara lain.²² Namun, masyarakat Indonesia cepat menerima kemajuan teknologi tersebut karena budaya digital mereka yang kuat, terutama di kalangan milenial. Secara global, Indonesia merupakan bagian dari budaya digital yang dibutuhkan untuk berkembang sesuai dengan perkembangan zaman itu sendiri.

Digital marketing digunakan oleh lembaga zakat untuk berpromosi. Badan zakat menggunakan media digital sebagai salah satu cara untuk menjangkau masyarakat, salah satunya internet atau media sosial sebagai ajang iklan atau promosi perusahaan yang berkembang, tentunya cukup canggih. Inovasi terus menerus mengikuti perkembangan zaman, dan sebagai hasilnya, tujuan mengumpulkan uang dan tujuan memperluas kepemilikan muzakki perusahaan sama-sama tumbuh setiap hari. Adanya teknologi zakat digital tidak berarti masyarakat harus meninggalkan praktik lama membayar zakat langsung ke lembaga; justru semakin banyak muzakki, terutama yang berusia milenial, yang bergabung untuk memaksimalkan pengumpulan zakat.

E. Penelitian Terdahulu

Pada sekarang ini sangat banyak yang melakukan penelitian tentang pembayaran zakat di era digital. Namun, dari sekian banyak penelitian yang dilakukan nyaris terdapat persamaan dengan riset ini dan juga terdapat perbedaannya. Untuk menyamakan dan membedakan riset lain serta melihat posisi riset ini, sehingga perlu diamati pada bagan dibawah ini.

²² Muhamad Danuri, 'Perkembangan Dan Transformasi Teknologi Digital', 2019, 116–23.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Galuh Cinta Adani (2022)	“Preferensi dan Perilaku Masyarakat dalam Membayar Zakat Melalui Digital Fundraising”	Kuantitatif	Variabel pengetahuan, faktor sosial, dan kredibilitas lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi dan perilaku masyarakat untuk berzakat melalui digital fundraising di wilayah Jakarta. Sedangkan, pada variabel religiusitas memiliki hubungan positif namun tidak signifikan terhadap preferensi dan perilaku masyarakat dalam membayar zakat melalui digital fundraising	Penelitian tersebut menekankan pada digital fundraising dan menggunakan metode kuantitatif, dengan subyeknya masyarakat secara luas. Sedangkan penelitian saya menekankan pada era digital dengan menggunakan metode kualitatif dan subyeknya generasi milenial di FEBI IAIN Kudus.
2.	Sekar Alfin Rostiana	“Faktor-faktor yang mempengaruhi	Kuantitatif	Sementara keyakinan agama dan	Penelitian tersebut meneliti faktor

	(2021)	keputusan Muslim Milenial dalam Membayar Zakat secara Online melalui Platform Fintech (Studi Empiris pada Muzakki Milenial di Wilayah Jabodetabek”		kesadaran merek tidak berpengaruh terlihat pada pengambilan keputusan zakat online melalui platform fintech, tingkat pendapatan, kepercayaan, transparansi, dan akuntabilitas berpengaruh signifikan.	yang mempengaruhi keputusan membayar zakat pada Platform Fintech dan menggunakan metode kuantitatif, dengan subyeknya Muslim Milenial di Jabodetabek. Sedangkan penelitian saya menganalisis perilaku dalam membayar zakat di era digital dengan menggunakan metode kualitatif dan subyeknya generasi milenial di FEBI IAIN Kudus.
3.	Fitri Monika (2021)	“Analisis Perilaku Muzakki dalam Membayar Zakat saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada Yayasan Yatim Mandiri Purwokerto)”	Kualitatif	Pengumpulan dan pendistribusian Yayasan Panti Asuhan Mandiri di Purwokerto terdampak wabah Covid-19. Meski secara hukum tata cara	Perbedaan mendasar pada penelitian tersebut yaitu pada waktu penelitian saat pandemi covid-19. Penelitian tersebut meneliti perilaku

				<p>pembayaran zakat muzakki tidak berubah selama pandemi, namun yang berubah adalah kuantitas zakat yang dikeluarkan. Awal bulan sebelum wabah dan akhir bulan setelah perubahan wabah adalah waktu yang tepat untuk menunaikan zakat.</p>	<p>muzakki membayar zakat pada Yayasan yatim Mandiri Purwokerto secara umum tidak terperinci pada variabel yang mempengaruhi perilaku muzakki tersebut. Sedangkan pada penelitian saya menganalisis variabel yang mempengaruhi generasi milenial dalam membayar zakat beserta bentuk perilakunya dengan subyek penelitiannya Mahasiswa FEBI IAIN Kudus.</p>
4.	Yaritsa Aghnia Qolbi (2022)	“Pengaruh literasi, Persepsi, dan Preferensi, terhadap Perilaku Muzakki Membayar Zakat Profesi melalui Media Digital”	Kuantitatif	Variabel literasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku muzakki dalam membayar zakat profesi	Yang membedakan pada penelitian tersebut yaitu objek, subyek, dan metode penelitiannya. Penelitian tersebut meneliti

				<p>menggunakan media digital, persepsi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku muzakki dalam membayar zakat profesi menggunakan media digital, preferensi berpengaruh secara positif tetapi tidak signifikan terhadap perilaku muzakki dalam membayar zakat profesi menggunakan media digital an secara stimulan literasi, persepsi, dan preferensi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku muzakki dalam membayar zakat profesi menggunakan</p>	<p>perilaku muzakki dalam membayar zakat profesi mellaui media digital. Sedangkan penelitian saya menganalisis perilaku generasi milenial dalam membayar zakat di era digital dengan subyek Mahasiswa FEBI IAIN Kudus menggunakan metode kualitatif.</p>
--	--	--	--	--	--

5.	Ummy Khaira Ramadhan (2021)	“Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Keamanan, Transparansi Terhadap Keputusan Donatur dan Muzakki dalam Membayar Zakat, Infak, Sedekah melalui Platform E-Wallet”	Kuantitatif	media digital. Variabel kemudahan dan keamanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan muzakki dan donator di Tangerang Selatan sedangkan kepercayaan dan transparansi memiliki pengaruh yang tidak signifikan.	Penelitian tersebut berbeda dengan penelitian saya, penelitian tersebut meneliti tentang pengaruh kepercayaan, kemudahan, keamanan, Transparansi terhadap keputusan donatur melalui platform e-wallet dengan subyek dan objek yang berbeda. Sedangkan, pada penelitian saya lebih menekankan perilaku generasi milenial dalam membayar zakat di era digital dengan subyeknya Mahasiswa FEBI IAIN Kudus.
----	-----------------------------	---	-------------	--	---

F. Kerangka Berfikir

Kerangka penelitian ini akan diberikan sebagai berikut berdasarkan uraian kajian teori, rumusan pertanyaan, dan tujuan pertanyaan tersebut di atas:

Gambar 2. 1
Kerangka Berfikir

