

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus

1. Sejarah Singkat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus

Institut Agama Islam Kudus (IAIN) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) menelusuri akarnya kembali ke Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kudus, yang pada gilirannya dapat ditelusuri kembali ke Perguruan Tinggi Islam Nasional Indonesia. Apalagi, keberadaan IAIN secara intrinsik terkait dengan pasang surut perjuangan Islam di Indonesia, khususnya di wilayah-wilayah Islam. Di sebelah timur Jawa Tengah, di sepanjang Pantai Utara (Pantura), adalah IAIN Kudus, satu-satunya lembaga agama Islam nasional di wilayah yang terbagi menjadi tujuh kabupaten terpisah: Kudus, Jepara, Demak, Pati, Grobogan, Rembang, Bloran, dan Tuban di Jawa Timur.¹

Program Studi Ekonomi Islam berdiri di IAIN Kudus pada tanggal 28 Juni 2002, menyusul dikeluarkannya SK DJII/181/2002 oleh Dirjen Lembaga Keagamaan Islam Departemen Agama yang membuka jalan bagi berdirinya Fakultas Ilmu Ekonomi Islam. Ekonomi dan Bisnis Islam. Sebagai salah satu dari beberapa penawaran, Departemen Hukum Syariah dan Ekonomi Islam menjadi rumah bagi program penelitian Ekonomi Islam yang berkembang pesat. Ekonomi Islam, manajemen bisnis, administrasi zakat dan wakaf, perbankan dan akuntansi syariah, ahwal al-syakhsyiyah, dan hukum syariah dalam transaksi bisnis adalah semua bidang studi. Program Penelitian Hukum Syariah dan Ekonomi Islam terpecah ketika STAIN Kudus ditingkatkan menjadi IAIN Kudus. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Fakultas Hukum Syariah (FEBI). Hukum ekonomi Islam dan program studi Ahwal Al-syakhsyiyah sama-sama bagian dari hukum Syariah. Di FEBI, Anda bisa mengambil kelas perbankan

¹ Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi IAIN Kudus, Sejarah IAIN Kudus, <https://ppid.iainkudus.ac.id/index.php/selayang-pandang-iain-kudus/> (diakses pada tanggal 25 Desember 2022 Pukul 10.15 WIB)

syariah, akuntansi syariah, ekonomi syariah, hingga pengelolaan zakat dan wakaf.²

Salah satu komponen dari Fakultas Hukum Syariah dan Ekonomi Islam adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kudus. Sesuai Peraturan Presiden Nomor 27 Tahun 2018 tanggal 5 April 2018, status Institut Agama Islam Negeri (STAIN) Kudus dialihkan menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus, yang menyebabkan perubahan nomenklatur. Saat ini terdapat 5 jurusan yang tersedia melalui Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, diantaranya Program Riset Manajemen Bisnis Islam yang telah berjalan sejak tahun 2011 dan saat ini dalam kondisi sangat baik, Prodi Ekonomi Syariah beroperasi pada tahun 2013 dan berpredikat Baik, Prodi Manajemen Zakat Wakaf beroperasi pada tahun 2013 dan berstatus Baik Sekali, Prodi Perbankan Syariah beroperasi pada tahun 2016 dan berpredikat Baik, Prodi Akuntansi Syariah beroperasi pada tahun 2016 dan saat ini berpredikat Baik.

2. Visi, Misi, dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kudus

a. Visi

- 1) Menghasilkan sarjana yang memiliki kompetensi di bidang ekonomi dan bisnis islam.
- 2) Menyiapkan lulusan yang memiliki integritas sebagai sarjana pembelajar dan memiliki kemampuan akademik dan professional dalam mengembangkan ilmu ekonomi dan bisnis islam melalui islam terapan.
- 3) Menyiapkan calon entrpeneur yang kreatif dan inovatif serta memiliki daya saing di tingkat nasional dalam dunia kerja dan berwirausaha.
- 4) Menghasilkan riset-riset di bidang ekonomi dan bisnis islam sehingga mampu berperan dalam mewujudkan masyarakat yang demokratis dan bermoral islam.
- 5) Menjadi salah satu fakultas tgerunggul di bidang ekonomi dan bisnis islam serta menjadi rujukan bagi calon mahasiswa ditingkat nasional.

² Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Sejarah, <https://febi.iainkudus.ac.id/laman-749-sejarah.html>, (diakses pada tanggal 25 Desember 2022 pukul 10.50 WIB).

b. Misi

- 1) Mengembangkan program studi sebagai *Center of Islamic Learning* ilmu-ilmu ekonomi dan bisnis islam.
- 2) Menyiapkan lulusan yang professional dan siap mengelola Lembaga Keuangan dan bisnis islam sehingga mampu memenuhi tuntutan pasar industri.
- 3) Membentuk lulusan Sarjana Ekonomi yang berfikir ilmiah, berbudaya akademik, berperilaku anggun dan produktif dalam ilmu dan amal.
- 4) Menjalin kerjasama dengan berbagai Lembaga Keuangan Syariah, baik dalam skala regional maupun nasional di bidang pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat.
- 5) Mengembangkan pemberdayaan ekonomi dan bisnis islam dengan menerapkan nilai-nilai kearifan lokal.

c. Tujuan

Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus tidak terlepas dari visi dan misi FEBI IAIN Kudus. Berdasarkan hasil pemantauan dan evaluasi renstra Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tahun 2023, tujuan fakultas diantaranya yaitu:

- 1) Peningkatan kualitas lulusan yang berwawasan dan berintegritas di bidang ekonomi dan bisnis islam.
- 2) Peningkatan kualitas penelitian ekonomi dan bisnis islam dengan luaran publikasi pada jurnal nasional dan internasional yang bereputasi.
- 3) Pengembangan karya pengabdian kepada masyarakat yang aplikatif dan adaptif dengan kebutuhan masyarakat berbasis kearifan lokal.
- 4) Terwujudnya tata kelola Fakultas yang efektif, transparan, dan akuntabel.³

3. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kudus

Berikut Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kudus saat ini:⁴

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Visi, Misi, Dan Tujuan, <https://febi.iainkudus.ac.id/laman-748-visi-misi-dan-tujuan.html>, (diakses pada tanggal 27 Desember 2022 pukul 19.30 WIB).

⁴ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam,

- a. Dekan
: H. Wahibur Rokhman, S.E. M.Si., Ph.D.
- b. Wakil Dekan I
: Dr. H. Murtadho Ridwan, M.Sh.
- c. Wakil Dekan II
: Suhadi, S.E., M.S.A.
- d. Ketua Prodi Ekonomi Syariah
: Dr. H. Muhammad Husni Mubarak, S.E., M.M.
- e. Ketua Prodi Manajemen Bisnis Syariah
: Kharis Fadlullah Hana, M.E., RSA.
- f. Ketua Prodi Manajemen Zakat Wakaf
: Moh. Nurul Qomar, M.EI.
- g. Ketua Prodi Akuntansi Syariah
: Hj. Tina Martini, M.Si.
- h. Ketua Prodi Perbankan Syariah
: Surepno, M.Si., Ak., CA.
- i. Sekertaris Prodi Ekonomi Syariah
: Iwan Fahri Cahyadi, M.M.
- j. Sekertaris Prodi Manajemen Bisnis Syariah
: Aryanti Mukhtar Kusuma, M.Si.
- k. Sekertaris Prodi Manajemen Zakat Wakaf
: Suparwi, S.Pdi., M.M.
- l. Sekertaris Prodi Akuntansi Syariah
: Ita Rakhmawati, M.Si.
- m. Sekertaris Prodi Perbankan Syariah
: Ridwan, M.E.
- n. Bagian Tata Usaha
 - 1) Kepala Bagian Tata Usaha
: Rohmadi, S.Ag., M.Pd.
 - 2) Sub Koordinator Akademik dan Kemahasiswaan
: Sri Anah, S.Kom.
 - 3) Sub Koordinator Administrasi dan Keuangan
: Munawaroh, S.E.I.
 - 4) Staff :
 - a) Fathoni
 - b) Syaidatul Khoriyah, S.H.
 - c) Zaenuri, S.Ag.
 - d) Nuzul Istifada, S.Pd.
 - e) Suparjo

<https://drive.google.com/file/d/1FVu2jQ6ye7vQ59Tw-4is6G83OgAK7Wzj/view>
(diakses pada tanggal 27 Desember 2022 pukul 20.30 WIB).

- f) Ansyori
- g) Asmui

B. Hasil Penelitian

1. Bentuk Perilaku Membayar Zakat di Era Digital pada Generasi Milenial di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis memperoleh data penelitian yang diperoleh dari hasil wawancara pada 30 Desember 2022 sampai 15 Januari 2023. Dalam hal ini informan yang diwawancarai secara detail adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI IAIN Kudus) angkatan 2019 yang sudah membayar zakat dari hasil pendapatannya sendiri. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan penulis mengenai perilaku membayar zakat yang dilakukan oleh generasi milenial salah satunya mahasiswa FEBI IAIN Kudus Angkatan 2019, diperoleh hasil yang hampir sama jawaban antara mahasiswa satu dengan yang lainnya.

Sebagai mahasiswa mempunyai bentuk perilaku masing-masing karena berasal dari latar belakang sosial ekonomi yang tidak sama. Beberapa mahasiswa selain berpangku tangan mengandalkan uang saku dari orang tuanya juga mempunyai pendapatan sendiri meskipun dari kerja *part time* ataupun bisnis kecil-kecilan. Di era teknologi yang sangat pesat ini memudahkan mereka untuk melakukan apa saja untuk menunjang kebutuhannya. Hal ini berpengaruh terhadap perilaku mereka untuk membayar zakat. Sehingga hal ini juga mempengaruhi bentuk dari zakat yang dikeluarkan bisa berupa uang atau bahan makanan pokok. Berikut hasil wawancara pada generasi milenial tepatnya mahasiswa FEBI IAIN Kudus.

Hal ini dituturkan oleh Fernanda Afriani seorang mahasiswa yang juga mempunyai bisnis usaha pakaian muslim wanita yang mempunyai pendapatan kurang lebih Rp. 20.000.000/tahun. Bentuk zakat fitrah yang dia salurkan selama ini berupa beras, untuk zakat mal dia mengaku membayar zakatnya berupa uang melalui digital payment

shopee pay. Karena menurutnya lebih praktis menyalurkan zakat melalui digital payment karena efektif dan mudah.⁵

Mahasiswa yang bernama Diana Rohmawati merupakan mahasiswa yang juga mempunyai usaha jilbab yang mempunyai pendapatan dari hasil dagangannya sebesar Rp. 17.000.000,-. Bentuk zakat fitrah yang disalurkan selama ini berupa bahan makanan pokok, untuk penyaluran zakat mal dia menyalurkan menggunakan uang melalui platform digital karena dinilai mudah tanpa datang langsung ke amil.⁶

Selain itu, mahasiswa yang bernama Arif Hidayatullah merupakan mahasiswa yang mempunyai usaha coffe shop di Kudus yang bernama Revisi Coffe, yang mempunyai hasil pendapatan dari usahanya sebesar Rp. 50.000.000/tahun. Dia mengaku menyalurkan zakat dalam bentuk beras untuk penyaluran zakat fitrahnya, untuk zakat mal dia menyalurkan zakat berupa uang melalui karena menurutnya lebih menghemat waktu tanpa datang langsung ke amil.⁷

Mahasiswa yang bernama Munasiroh menuturkan bahwa selama ini dia membayar zakat fitrah menggunakan uang tunai yang nilainya setara dengan harga beras, kemudian zakatnya disalurkan melalui amil masjid di sekitar rumahnya, karena menurutnya lebih praktis.⁸

Berdasarkan hasil yang peneliti temukan di lapangan mengenai bentuk perilaku membayar zakat yang disalurkan mahasiswa yang membayar zakat fitrah di era digital seperti sekarang yaitu, dari 25 mahasiswa yang membayar zakat menggunakan uang berjumlah 18 (delapan belas) mahasiswa, sisanya membayar zakat dalam bentuk bahan makanan pokok. Hal ini terjadi karena faktor kebiasaan dalam membayar zakat, selain itu juga karena faktor dari lingkungan sosial ekonomi terdekat yaitu keluarga. Di era digital sekarang memberikan kita kemudahan dalam pembayaran zakat bisa menggunakan sistem online yaitu menggunakan transfer melalui ATM atau *Mobile Banking* dan sejenisnya.

⁵ Fernanda Afriani, Mahasiswa FEBI IAIN Kudus, wawancara dengan peneliti pada tanggal 07 Maret 2023.

⁶ Diana Rohmawati, Mahasiswa FEBI IAIN Kudus, wawancara dengan peneliti pada tanggal 07 Maret 2023

⁷ Muhammad Arif Hidayatullah, Mahasiswa FEBI IAIN Kudus, wawancara dengan peneliti pada tanggal 08 Maret 2023

⁸ Munasiroh, Mahasiswa FEBI IAIN Kudus, wawancara dengan peneliti pada tanggal 31 Desember 2022

Selain bentuk zakat yang dikeluarkan, perilaku generasi milenial dalam media penyaluran zakatnya juga mempengaruhi mereka dalam membayar zakat. Media penyaluran zakat dapat melalui Platform digital, Digital payment, Masjid, Yayasan Sosial, Alim Ulama', Amil Zakat, atau langsung disalurkan secara individu. Para Mahasiswa FEBI lebih memilih menyalurkan zakat secara langsung di Masjid dan di salurkan secara individu ke tetangga sekitar rumahnya.

Seorang mahasiswa yang bernama Syarifatuddini merupakan mahasiswa yang mempunyai usaha minuman kekinian yang mempunyai pendapatan hasil usahanya sebesar Rp. 18.000.000/tahun. Dia mengaku membayarkan zakat mal secara online di Shopee. Untuk zakat fitrah masih membayar zakat melalui amil masjid sekitar rumah.⁹

Seorang mahasiswa yang bernama Arni Yulistik yang mempunyai usaha minuman kekinian yang hasilnya sebesar Rp. 17.000.000/tahun. Dia biasanya membayar zakat mal secara online di Shopee. Untuk zakat fitrah masih membayar zakat melalui amil masjid sekitar rumah. Hal ini dinilai karena lebih efektif.¹⁰

Seorang mahasiswa yang bernama Tasyama membenarkan hal tersebut, dia lebih memilih menyalurkan zakat fitrah di Masjid karena menurutnya lebih dekat dengan rumahnya dan pengelolaannya merata ke seluruh masyarakat fakir miskin di desanya.¹¹

Namun ada pendapat lain dari Indhana Zulfa yang memilih menyalurkan zakatnya langsung secara individu ke tetangganya, karena dia merasa kasihan kepada tetangganya yang masih tergolong fakir miskin.¹²

Zunita Diah seorang mahasiswa yang juga menyalurkan zakatnya secara individu langsung ke rumah tetangganya. Dia juga menuturkan apabila suatu saat menemukan lembaga amil zakat yang dapat dipercaya dan sudah menyediakan

⁹ Syarifatuddini, , Mahasiswa FEBI IAIN Kudus, wawancara dengan peneliti pada tanggal 08 Maret 2023.

¹⁰ Arni Yulistik, Mahasiswa FEBI IAIN Kudus, wawancara dengan peneliti pada tanggal 08 Maret 2023.

¹¹ Tasyama Wilda Auwalia S., Mahasiswa FEBI IAIN Kudus, wawancara dengan peneliti pada tanggal 02 Januari 2023.

¹² Indhana Zulfa, Mahasiswa FEBI IAIN Kudus, wawancara dengan peneliti pada tanggal 06 Januari 2023.

layanan zakat secara digital, dia akan beralih membayar zakatnya secara online.¹³

Peneliti di bidang media distribusi zakat menemukan bahwa mahasiswa menggunakan media layanan zakat digital saat membayar zakat. Namun, masih ada yang membayar zakat melalui amil masjid. Padahal hal ini belum sesuai dengan Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat yang seharusnya zakat dikelola oleh Lembaga yang sesuai dengan Syariat Islam dan terdaftar di Kementerian Agama. Hal ini terjadi karena kepercayaan muzakki terhadap BAZNAS, LAZ, dan UPZ belum ada. Padahal program-program yang dikeluarkan oleh Lembaga Amil Zakat sangat beragam, menarik, dan tepat sasaran.

2. Faktor yang Mempengaruhi Motif Preferensi dalam Membayar Zakat di Era Digital pada Generasi Milenial di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus

Peneliti telah menunjukkan bahwa ada lima faktor yang mempengaruhi kecenderungan siswa untuk membayar zakat di zaman modern.

a. Pengetahuan Teknologi Zakat Online

Dalam penelitian ini ditemukan jika generasi milenial dengan teknologi zakat online merupakan prediktor yang signifikan tentang bagaimana mereka lebih memilih untuk memberikan kontribusi zakat di zaman modern. Hal ini sesuai dengan yang dituturkan oleh Nur Isna selaku mahasiswa yang mengaku tertarik membayarkan zakatnya melalui digital payment karena dia mengetahui layanan zakat online. Selain itu, dia juga mengetahui platform digital yang menyediakan layanan tersebut seperti Mobile Banking Bank Syariah Indonesia, *Market Place*, Website, dan lain sebagainya.¹⁴

Nurur Rosyidah juga mengatakan demikian, mahasiswa yang mempunyai usaha pisang raja Kudus dengan penghasilan sebesar Rp. 14.000.000/tahun. ia mengaku sudah membayarkan zakatnya secara online

¹³ Zunita Diah, Mahasiswa FEBI IAIN Kudus, wawancara dengan peneliti pada tanggal 30 Desember 2022.

¹⁴ Nur Isna Wahyu Maulida, Mahasiswa FEBI IAIN Kudus, wawancara dengan peneliti pada tanggal 06 Januari 2023.

melalui kitabisa.com. Hal ini dinilai lebih mudah dan efektif.¹⁵

Hal ini juga dibenarkan oleh Gita Fadhila yang mengaku ingin membayarkan zakatnya secara online dan mengetahui platform digital yang menyediakan layanan zakat online. Namun, dia lebih condong kepada kitabisa.com yang menurutnya lebih amanah.¹⁶

Selain itu, hal ini sesuai dengan apa yang diindikasikan oleh Zunita Diah, bahwa mereka akan tertarik untuk melakukan pembayaran zakat online jika mereka dapat mengidentifikasi organisasi amil zakat yang terpercaya. dia mengetahui layanan platform digital yang sudah menyediakan layanan berzakat online seperti shopee, dana, dan lainnya. Tetapi, lebih cenderung ke kitabisa.com.¹⁷

Dari penelitian diatas disimpulkan pengetahuan pembayaran zakat secara online sangat berpengaruh terhadap keputusan preferensi Mahasiswa dalam membayar zakat di era digital seperti sekarang. Mereka yang mengetahui layanan digital pembayaran zakat lebih tertarik dan ingin membayar zakat secara online baik melalui *digital payment*, *Market Place*, *Website*, dan sebagainya.

b. Religiusitas

Pada penelitian ini ditemukan bukti bahwa variabel religiusitas berpengaruh terhadap minat membayar zakat. Selain itu, variabel ini juga mempengaruhi terhadap keputusan preferensi generasi milenial dalam membayarkan zakatnya di era digital. Mereka mengaku lebih menyukai pembayaran zakat secara online karena dinilai lebih efektif dan mudah. Hal ini sesuai dengan yang dituturkan oleh Anis Fitriani selaku mahasiswa yang juga mempunyai usaha konter dan aksesoris hp dengan penghasilan sebesar Rp.12.000.000/tahun. Ia mengaku

¹⁵ Nurur Rosyidah, Mahasiswa FEBI IAIN Kudus, wawancara dengan peneliti pada tanggal 08 Maret 2023.

¹⁶ Gita Fadhila Amanda Serliyani, Mahasiswa FEBI IAIN Kudus, wawancara dengan peneliti pada tanggal 30 Desember 2022.

¹⁷ Zunita Diah, Mahasiswa FEBI IAIN Kudus, wawancara dengan peneliti pada tanggal 30 Desember 2022.

selalu menunaikan zakat mal maupun zakat fitrah melalui kitabisa.com.¹⁸

Pendapat tersebut sejalan dengan yang dituturkan oleh Syarifatuddini yang mengaku membayarkan zakatnya secara online melalui shopee dan selalu menunaikan kewajiban zakatnya karena sebagai umat muslim yang mempunyai kewajiban membayar zakat.¹⁹

Dari pemaparaan pendapat diatas peneliti menyimpulkan bahwa religiusitas seseorang mempengaruhi minat membayar zakat seseorang. Selain itu, juga mempengaruhi keputusan preferensi generasi milenial dalam membayar zakat di era digital baik yang membayar zakat secara *offline* maupun online. Peralnya, generasi muda saat ini lebih memilih menunaikan zakat melalui digital payment dan platform digital. Oleh karena itu, di era digital cukup mengukur religiusitas seseorang hanya dari seberapa sering mereka menggunakan layanan online.

c. Transparansi

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti variabel transparansi dapat meningkatkan kepercayaan generasi milenial dalam membayar zakat. Hal ini berpengaruh terhadap keputusan preferensi generasi milenial dalam membayar zakat. Peneliti telah melakukan wawancara dengan mahasiswa yang bernama Muhammad David Maulana yang menuturkan tingkat transparansi lembaga zakat yang sudah menyediakan layanan online seperti BAZNAS dan Lazisnu saat ini mereka sudah transparansi, hal tersebut dibuktikan dengan dilihatnya publikasi laporan keuangan.²⁰

Hal ini sejalan dengan pendapat generasi milenial yang bernama Zunita Diah yang ingin membayar zakat secara online dan percaya pada platform digital yang menyediakan layanan zakat online karena pernah melihat publikasi laporan keuangan Lembaga Amil Zakat. Menurutnya apabila lembaga tersebut menyalah gunakan

¹⁸ Anis Fitriani, Mahasiswa FEBI IAIN Kudus, wawancara dengan peneliti pada tanggal 08 Maret 2023.

¹⁹ Syarifatuddini, Mahasiswa FEBI IAIN Kudus, wawancara dengan peneliti pada tanggal 08 Maret 2023.

²⁰ Muhammad David Maulana, Mahasiswa FEBI IAIN Kudus, wawancara dengan peneliti pada tanggal 09 Januari 2023.

dana tersebut sudah bukan lagi salah kita yang terpenting menurutnya dia sudah berniat dan mempercayakan zakatnya ke platform digital tersebut.²¹

Berdasarkan pemaparan wawancara diatas, peneliti menyimpulkan bahwa variabel transparansi dapat meningkatkan kepercayaan generasi milenial dalam membayar zakat. Hal ini berpengaruh terhadap keputusan preferensi generasi milenial dalam membayar zakat di era digital. Mereka yang percaya dan mengetahui laporan keuangan Lembaga Amil Zakat berkeinginan dan memilih menyalurkan zakatnya secara online. Oleh karena itu, Lembaga Pengelolaan Zakat seharusnya memperhatikan hal tersebut dengan mempublikasikan laporan keuangan secara meluas melalui media digital. Sebab, hal ini sebagai salah satu pengaruh besar bagi kepercayaan muzakki dalam menyalurkan zakatnya terlebih generasi milenial saat ini.

d. Pendapatan

Pada penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti ditemukan bukti bahwa variabel pendapatan mempengaruhi terhadap keputusan preferensi generasi milenial dalam membayarkan zakatnya di era digital. Hal ini sesuai dengan yang dituturkan oleh Ary Fitria Salma selain sebagai mahasiswa ia juga sebagai pengusaha toko jilbab yang mempunyai pendapatan sebesar Rp.16.300.000/tahun. Ia mengaku sudah membayar zakat mal melalui kitabisa.com. Hal ini dikarenakan platform tersebut merupakan Lembaga amil zakat yang mempunyai program-program bervariasi. Jadi, ia tertarik menyalurkan zakatnya ke Lembaga tersebut secara online.²²

Hal tersebut sejalan dengan pendapat yang dikatakan Muhammad Arif Hidayatullah seorang mahasiswa yang mempunyai usaha coffes shop dengan penghasilan sebesar Rp. 50.000.000/tahun. Ia mengaku membayarkan zakatnya secara online melalui mobile banking Bank Syariah Indonesia.²³

²¹ Zunita Diah, Mahasiswa FEBI IAIN Kudus, wawancara dengan peneliti pada tanggal 30 Desember 2022.

²² Ary Fitria Salma, Mahasiswa FEBI IAIN Kudus, wawancara dengan peneliti pada tanggal 08 Maret 2023.

²³ Muhammad Arif Hidayatullah, Mahasiswa FEBI IAIN Kudus, wawancara dengan peneliti pada tanggal 08 Maret 2023

Berdasarkan wawancara diatas, peneliti menyimpulkan bahwa variabel pendapatan berpengaruh terhadap keputusan preferensi generasi milenial dalam membayar zakat di era digital. Hal ini dibuktikan dengan mereka yang sudah membayarkan zakatnya secara online melalui platform digital ataupun digital payment. Karena di era digital seperti sekarang generasi milenial memang seharusnya mengikuti perkembangan layanan zakat online.

e. Kepuasan

Pada penelitian ini dinyatakan bahwa variabel kepuasan berpengaruh terhadap keputusan preferensi pembayaran zakat pada generasi milenial di era digital. Hal ini sesuai dengan yang dituturkan oleh Munasiroh selaku mahasiswa yang mengaku puas dan tertarik membayar zakatnya secara online. Menurutnya dia mengaku sangat tertarik untuk membayar zakat secara online karena mengefisiensi waktu dan praktis bagi generasi milenial seperti, kita tidak perlu datang ke Amil tetapi dengan genggam hp saja sudah bisa menyalurkan zakat kita.²⁴

Hal ini dibenarkan oleh generasi milenial yang bernama Zunita Diah mengaku sangat tertarik dengan layanan pembayaran zakat secara online di masa era teknologi yang sangat pesat saat ini apalagi bagi generasi milenial yang menginginkan serba digital.²⁵

Selain itu juga sependapat dengan mahasiswa yang bernama Nur Isna yang juga mengaku tertarik dan puas melakukan pembayaran zakat secara online. Karena menurutnya online lebih mudah dan praktis menghemat waktu kita untuk tidak usah datang ke amil secara langsung tapi dimana saja bisa mmebayar zakat hanya dengan hp.²⁶

Adapun pendapat yang juga sejalan dengan pendapat diatas yaitu, pendapat Muhammad David Maulana yang menurutnya merasa puas dan saya tertarik melakukan pembayaran zakat secara online. Karena program-program

²⁴ Munasiroh, Mahasiswa FEBI IAIN Kudus, wawancara dengan peneliti pada tanggal 31 Desember 2022

²⁵ Zunita Diah, Mahasiswa FEBI IAIN Kudus, wawancara dengan peneliti pada tanggal 30 Desember 2022.

²⁶ Nur Isna Wahyu Maulida, Mahasiswa FEBI IAIN Kudus, wawancara dengan peneliti pada tanggal 06 Januari 2023.

yang di buat menurutnya bagus dan bisa efisiensi waktunya.²⁷

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan oleh penulis variabel kepuasan berpengaruh terhadap keputusan preferensi pembayaran zakat pada generasi milenial di era digital. Adanya fasilitas pembayaran zakat secara online ataupun *Mobile Banking* memudahkan muzakki terutama generasi milenial dalam memenuhi kewajibannya. Maka, disimpulkan kepuasan juga memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan generasi milenial dalam membayar zakat melalui *digital payment* atas dasar ketertarikan pada sistem layanan tersebut.

C. Analisis dan Pembahasan

1. Bentuk Perilaku Membayar Zakat di Era Digital pada Generasi Milenial di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus

Perilaku generasi milenial yaitu memiliki kemampuan komunikasi yang baik, pengguna media sosial yang terbuka dan antusias, hidupnya sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi dan lebih terbuka terhadap sudut pandang politik dan ekonomi.²⁸ Perilaku tersebut juga dimiliki oleh Mahasiswa FEBI IAIN Kudus Angkatan 2019 yang juga masih tergolong dalam generasi milenial. Peneliti menemukan bentuk perilaku membayar zakat di era digital pada Mahasiswa FEBI IAIN Kudus Angkatan 2019 dilihat dari 2 (dua) hal, diantaranya yaitu: (1) Bentuk zakat yang disalurkan, (2) Media penyaluran zakat.

Berikut bentuk perilaku Mahasiswa FEBI IAIN Kudus Angkatan 2019 dalam membayar zakat:

²⁷ Muhammad David Maulana, Mahasiswa FEBI IAIN Kudus, wawancara dengan peneliti pada tanggal 09 Januari 2023.

²⁸ Indah Budiati and others, *Profil Generasi Milenial Indonesia* (Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2018).

Tabel 4. 1
Daftar Bentuk Perilaku Mahasiswa FEBI IAIN Kudus dalam
Membayar Zakat

No	Nama Mahasiswa	Bentuk Zakat Yang Disalurkan		Media Penyaluran Zakat	
		Beras	Uang	Offline	Online
1.	Gita Fadhila Amanda Serliyani		√		√
2.	Zunita Diah		√		√
3.	Munasiroh		√		√
4.	Diah Ayu Kumalasari	√		√	
5.	Tasyama Wilda Auwalia S.	√		√	
6.	Noor Risma Lailisani	√		√	
7.	Indhana Zulfa	√		√	
8.	Nugroho	√		√	
9.	Nur Isna Wahyu Maulida	√		√	
10.	Muhammad David Maulana	√		√	
11.	Fernanda Afriani		√		√
12.	Diana Rohmawati		√		√
13.	Muhammad Arif		√		√
14.	Muhammad Idrus		√		√
15.	Dachiyatus Sa'diyah		√		√
16.	Inas Afifah		√		√
17.	Syarifatuddini		√		√
18.	Moh Roikhan Khafid		√		√
19.	Amy Yuliasutik		√		√
20.	Ary Fitria Salma		√		√
21.	Annisa Maharani		√		√
22.	Anis Fitriani		√		√
23.	Nurur Rosyidah		√		√
24.	Syafitri Lailatul		√		√
25.	Achmad Rifky		√		√

Berdasarkan hasil penelitian diatas, perilaku berasal dari rangkaian perbuatan seseorang dalam menanggapi sesuatu, yang kemudian berkembang menjadi kebiasaan

karena kepercayaan yang dianutnya.²⁹ Dalam hal ini bentuk perilaku mahasiswa dalam membayar zakat di era digital seperti sekarang masih ada yang berupa bahan makanan pokok. Hal ini disebabkan karena faktor kebiasaan dan sosial ekonomi keluarganya. Padahal di era digital sekarang pembayaran zakat bisa menggunakan sistem online atau *digital payment* yaitu menggunakan transfer melalui ATM atau *mobile banking*. Selain itu, banyak Lembaga Amil Zakat yang memanfaatkan *marketplace* yang pada saat ini banyak diakses oleh generasi milenial. Hal ini sudah mempengaruhi beberapa mahasiswa yang mempunyai kebiasaan membayar zakatnya secara online di era digital seperti sekarang.

Pada dasarnya perilaku dapat berasal dari kepribadian dan pengalaman individu mahasiswa. Kemampuan mahasiswa dalam memilih lembaga yang ditunjuknya sebagai media penyaluran zakatnya berdasarkan kepercayaannya pada lembaga tersebut yang dianggap bereputasi baik. Sehingga, mahasiswa dalam menyalurkan zakatnya ada yang disalurkan secara tradisional melalui amil atau tetangga sekitarnya dan ada juga yang sudah memanfaatkan Lembaga Amil Zakat yang menyediakan layanan zakat digital. Hal ini dikarenakan tingkat kepercayaan mereka terhadap Lembaga amil zakat berbeda yang dapat mempengaruhi perilaku mereka dalam memilih media sebagai penyaluran zakatnya.

Dalam hal ini mahasiswa yang memilih untuk membayar zakatnya melalui Masjid dan secara individu disalurkan ke tetangganya belum sesuai dengan Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat bahwa "Dalam rangka meningkatkan daya guna dan hasil guna, zakat harus dikelola secara melembaga sesuai dengan syariat islam, amanah, kemanfaatan, keadilan, kepastian hukum, terintegritas, dan akuntabilitas sehingga dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan dalam pengelolaan zakat".³⁰

Untuk menjawab tantangan dalam pengelolaan zakat terlebih di era digital seperti sekarang, maka pada tahun 2011 terdapat revisi UU No. 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan

²⁹ Rahmi Rosita, 'Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Generasi Milenial Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Grabfood', 95.

³⁰ Undang-Undang Republik Indonesia "No. 23 Tahun 2011, Pengelolaan Zakat," 25 November 2011

Zakat yang direvisi menjadi UU No. 23 Tahun 2011 dan dilengkapi dengan diterbitkan Peraturan Pemerintah No. 14 Tahun 2014.³¹ Undang-Undang ini menyatakan bahwa “untuk melaksanakan pengelolaan zakat, Pemerintah membentuk BAZNAS baik ditingkat Pusat, Provinsi, dan Kabupaten/Kota. Dan guna membantu tugasnya BAZNAS boleh membentuk Lembaga Amil Zakat (LAZ) dan Unit Pengumpul Zakat (UPZ) di tingkat Kabupaten, Kecamatan atau Kelurahan dan yang lainnya”.

Di era digital sekarang ini 18 (delapan belas) mahasiswa tersebut tetap membayarkan zakatnya secara online melalui platform Digital maupun digital payment. Namun, masih ada mahasiswa yang membayarkan secara tradisional. Seharusnya zakat dikelola oleh Lembaga yang sesuai dengan Syariat Islam dan terdaftar di Kementerian Agama. Hal ini terjadi karena kepercayaan muzakki terhadap BAZNAS, LAZ, dan UPZ belum ada. Padahal sudah banyak lembaga yang terdaftar resmi dan program-program yang dikeluarkan oleh Lembaga Amil Zakat sangat beragam, menarik, dan tepat sasaran.

2. Faktor yang Mempengaruhi Motif Preferensi dalam Membayar Zakat di Era Digital pada Generasi Milenial di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus

Perilaku merupakan aktivitas atau tingkah laku individu mahasiswa, baik yang dilihat oleh individu maupun tidak dalam interaksinya dengan lingkungannya. Kegiatan perilaku ini disampaikan melalui pengetahuan, sikap, dan kontrol perilaku yang menghasilkan niat perilaku, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi perilaku mahasiswa selanjutnya. Kemungkinan seseorang akan menggunakan teknologi yang akan dipengaruhi oleh faktor-faktor yang dapat mempengaruhi motif preferensi mahasiswa dalam membayar zakat di era digital, diantaranya sebagai berikut:

a. Pengetahuan Teknologi Zakat Online

Pengetahuan yaitu hasil “tahu” dan ini terjadi setelah seseorang melakukan penginderaan terhadap suatu obyek

³¹ Murtadho Ridwan, ‘Analisis Implementasi Regulasi Zakat : (Kajian Di UPZ Desa Wonoketingal Karanganyar Demak)’, *Analisis Implementasi Regulasi Zakat*, 7.2 (2016), 471.

tertentu.³² Pengetahuan tidak hanya terdapat pada sekolah atau pendidikan saja. Namun, hakikat dari pengetahuan didapatkan melalui cara memahami dan mencoba melakukan apa yang didapatkannya. Muzakki dalam membayar zakatnya sangat dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan tentang zakat, karena semakin baiknya tingkat pengetahuan mengenai zakat, maka muzakki akan mempunyai kesadaran untuk membayar zakat.

Pada penelitian ini variabel pengetahuan teknologi zakat online sangat berpengaruh terhadap keputusan preferensi Mahasiswa FEBI IAIN Kudus Angkatan 2019 dalam membayar zakat di era digital seperti sekarang. Walaupun penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Affan Irhamsyah yang mengatakan bahwa variabel pengetahuan tidak berpengaruh terhadap keputusan preferensi dalam membayar zakat.³³ Sebab, menurutnya, komponen pengetahuan telah gagal menunjukkan kemampuannya memengaruhi keputusan preferensi dalam hal perubahan psikologis di masa depan. Penelitian Muh Fachrul Ilmi Jibu dkk menjelaskan bahwa keputusan membayar zakat dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan seseorang.³⁴ Hal ini dikarenakan masyarakat lebih tertarik membayar zakat seiring dengan meningkatnya tingkat pendidikan.

Tingkat pengetahuan muzaki tentang pendekatan zakat online sangat penting karena mengetahui tentang teknik ini akan menginspirasi seseorang untuk bertindak atau akan mempengaruhi keputusan mereka untuk membayar zakat. Kemajuan baru dalam teknologi pembayaran zakat ini, yang juga baik untuk perluasan

³² Lira Parahita Agni Putri, 'Pengaruh Pengetahuan Dan Motivasi Terhadap Tingkat Partisipasi Masyarakat Jember Dalam Pembayaran Zakat Secara Online Di Kabupaten Bandung', *Jurnal Al-Tatwir*, 8.2 (2021), 109–23 <<https://doi.org/10.35719/altatwir.v8i2.39>>.

³³ Affan Irhamsyah, 'Analisis Faktor-Faktor Preferensi Yang Mempengaruhi Keputusan Metode Pembayaran Zakat Bagi Muzakki Di Era Digital', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8.1 (2019), 1–16 <<https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6157>>.

³⁴ Muh. Fachrul Ilmi Jibu, Niswatin, and Zulkifli Boku, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Maal Melalui Lembaga Amil Zakat Di Gorontalo', *Jambura Accounting Review*, 3.2 (2022), 66–78 <<https://doi.org/10.37905/jar.v3i2.51>>.

zakat di era digital, disebut dengan sistem teknologi zakat online. Muzakki yang mengetahui layanan digital pembayaran zakat lebih tertarik dan ingin membayar zakat secara online baik melalui digital payment, *Market Place*, Website, dan sebagainya.

b. Religiusitas

Religiusitas adalah sejauh mana seseorang memahami dan menganut agamanya.³⁵ Keyakinan agama juga dilihat sebagai nilai yang mendasari kebutuhan manusia untuk kelangsungan hidup serta motivasi untuk menyerukan tindakan dalam pemeliharaan dan pengembangan ketuhanan serta tujuan manusia yang tepat. Kemauan membayar zakat dipengaruhi oleh agama. Minat membayar zakat meningkat seiring dengan tingkat keimanan seseorang. Temuan penelitian Sri Wahyuningsih menunjukkan bahwa tingkat muzakki seseorang dalam membayar zakat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan mereka terhadap zakat; semakin tinggi tingkat pengetahuan dan keimanan mereka terhadap zakat, semakin besar pula minat mereka untuk melakukannya. Sebaliknya, semakin sedikit bunga yang dibayarkan pada zakat, semakin sedikit orang tersebut cenderung religius dan semakin sedikit mereka menyadari zakatnya.³⁶

Pada penelitian ini ditemukan bukti bahwa variabel religiusitas seseorang mempengaruhi minat membayar zakat pada Mahasiswa FEBI IAIN Kudus Angkatan 2019. Namun, tidak mempengaruhi keputusan preferensi generasi milenial dalam membayar zakat di era digital baik yang membayar zakat secara *offline* maupun online. Pasalnya, generasi muda saat ini lebih memilih menunaikan zakat dengan memberikannya kepada orang yang membutuhkan secara langsung atau dengan melakukan amil zakat di rumah masing-masing. Karena itu, di dunia modern, tidak mungkin mengukur religiusitas seseorang hanya berdasarkan seberapa sering mereka menggunakan layanan online.

³⁵ Ivada Hedi Maulidina and Nihayatu Aslamatis Solekah, 'Anteseden Perilaku Membayar Zakat Pada Badan Amil Zakat Nasional Di Lumajang', *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 8.2 (2020), 235 <<https://doi.org/10.21043/equilibrium.v8i2.8193>>.

³⁶ Sri Wahyuningsih, 'Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Muzakki Dalam Membayar Zakat Penghasilan Usaha Sewa Indekos Mahasiswa', 2017.

Mega Rahma menemukan bahwa di era digital, identitas keagamaan milenial tidak berperan dalam membayar ZIS atau tidak. Kurangnya pemahaman dan informasi pribadi, terutama di kalangan milenial di Jabodetabek, menjadi salah satu alasan yang melarang pandangan agama mempengaruhi keputusan untuk membayar zakat. Akibatnya, jika hasil penelitian ini benar, kemungkinan banyak anggota Generasi Z, khususnya kelas FEBI IAIN Kudus 2019, yang masih asing dengan konsep zakat dan maknanya. Patut dicatat bahwa pembayaran zakat milenial sebagian besar didorong oleh nilai-nilai sosial daripada nilai-nilai agama.

c. Transparansi

Transparansi memiliki hubungan dengan keterbukaan informasi. Suatu Lembaga atau Instansi yang berdimensi sosial harus transparansi dalam laporan keuangannya, seperti Lembaga Amil Zakat. Salah satu metrik untuk menilai keberhasilan organisasi publik adalah transparansi pelaporan keuangan.³⁷ Penyajian transparansi data keuangan yang tepat, akurat, dan transparan memungkinkan badan pengelola zakat untuk mendorong akuntabilitas dan keterbukaan kepada Muzakki dan khususnya kepada Allah SWT. Kemauan untuk bersedekah, zakat, dan infak dipengaruhi secara signifikan oleh transparansi. Transparansi akan mendorong tingkat kepercayaan masyarakat yang tinggi terhadap organisasi zakat dan meningkatkan pemahaman tentang zakat yang dihimpun. Masyarakat akan lebih berdedikasi terhadap lembaga Amil Zakat sehingga menjadi pilihan utama dalam membayar zakat.

Pada penelitian ini variabel transparansi dapat meningkatkan kepercayaan generasi milenial pada Mahasiswa FEBI IAIN Kudus Angkatan 2019 dalam membayar zakat. Hal ini berpengaruh terhadap keputusan preferensi generasi milenial dalam membayar zakat di era digital. Hal ini juga terjadi pada penelitian Rizki Yanura Ramadhani & Meri Indri Hapsari yang mengatakan bahwa

³⁷ Yudo Jayanto Prabowo and Munawaroh Siti, 'The Influences of Reputation, Financial Statement Transparency, Accountability, Religiosity, and Trust on Interest in Paying Zakat of Profession', *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 11.1 (2019), 59–69.

variabel transparansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan generasi milenial dalam membayar zakat online. Hal ini memiliki arti apabila transparansi meningkat maka niat membayar zakat online pada generasi milenial juga akan meningkat.³⁸

Muzakki yang percaya dan mengetahui laporan keuangan Lembaga Amil Zakat berkeinginan dan memilih menyalurkan zakatnya secara online. Oleh karena itu, Lembaga Pengelolaan Zakat seharusnya memperhatikan hal tersebut dengan mempublikasikan laporan keuangan secara meluas melalui media digital. Sebab, hal ini sebagai salah satu pengaruh besar bagi kepercayaan muzakki dalam menyalurkan zakatnya terlebih generasi milenial saat ini.

d. Pendapatan

Penghasilan adalah properti tambahan yang diperoleh dari sumber yang memiliki reputasi baik dan mapan. Penghasilan juga termasuk uang yang digunakan seseorang untuk menghidupi dirinya sendiri. Pendapatan dapat berasal dari berbagai sumber, seperti tenaga kerja, tanah, atau kombinasi keduanya. Akibatnya, pendapatan dibagi menjadi tiga kategori: keuntungan, gaji, dan pendapatan. Menurut hukum Islam, zakat harus dibayarkan pada kekayaan dan pendapatan. Misalnya, tanggung jawab atas pendapatan dari pertambangan, pertanian, dan pekerjaan mandiri, termasuk gaji, upah, tip, dan hasil lain dari berbagai pekerjaan.³⁹

Oleh karena itu, pembayaran zakat muzakki sangat dipengaruhi oleh pendapatan seseorang. Dampak pendapatan, antara lain, besarnya zakat yang akan dibayarkan oleh muzakki karena berkorelasi dengan apakah barang tersebut mencapai nishab dan diangkut.

Menurut Fatwa MUI No.3 Tahun 2003 tentang zakat penghasilan, penghasilan yang wajib dizakati. Yang dimaksud dengan “penghasilan” dalam fatwa ini adalah setiap penghasilan yang diterima secara sah, termasuk gaji,

³⁸ Rizki Yanura Ramadhani and Meri Indri Hapsari, ‘Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Membayar Zakat Online Bagi Generasi Milenial’, *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9.3 (2022), 401–12 <<https://doi.org/10.20473/vol9iss20223pp401-412>>.

³⁹ Yusuf Qardawi, *Hukum Zakat*, 1034-1035.

tip, upah, jasa, dan penghasilan lainnya, serta penghasilan tetap dari pegawai pemerintah dan pekerjaan tetap lainnya serta penghasilan tidak tetap dari konsultan, dokter, dan profesional lainnya.

Pada penelitian ini variabel pendapatan tidak berpengaruh terhadap keputusan preferensi generasi milenial pada Mahasiswa FEBI IAIN Kudus Angkatan 2019 dalam membayar zakat di era digital. Hal ini dikarenakan mereka masih menyalurkan zakatnya secara langsung (*offline*) ke amil masjid atau masyarakat sekitar belum membayar zakat melalui *digital payment*. Padahal di era digital seperti sekarang zakat bisa dibayarkan melalui digital payment. Disamping itu, generasi milenial seharusnya juga mengikuti perkembangan layanan zakat online Hal ini sebab, para mahasiswa hanya bekerja *part time* belum mempunyai pendapatan pokok yang tinggi dan mencapai nishab dikeluarkan zakatnya. Oleh sebab itu, variabel ini belum berpengaruh signifikan terhadap keputusan membayar zakat di era digital ini.

Penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian Sri Wahyuningsih yang mengatakan bahwa pendapatan berpengaruh positif terhadap perilaku muzakki dalam membayar zakat.⁴⁰ Hal ini karena responden yang diteliti yaitu muzakki secara luas yang kemungkinan sudah mempunyai pendapatan tetap dan mencapai nishab membayar zakat profesi.

Para muzakki berperilaku lebih positif ketika menunaikan zakat semakin tinggi tingkat pendapatan masyarakat. Di sisi lain, kerelaan muzakki untuk membayar zakat semakin menurun seiring dengan menurunnya pendapatan. Tingginya penghasilan seseorang sangat penting karena dapat dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan pokoknya maupun untuk membantu orang lain, termasuk melalui penyaluran zakat.

e. Kepuasan

Syihabudin Said mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan bahagia yang muncul dari tercapainya tujuan dan

⁴⁰ Sri Wahyuningsih, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Muzakki Dalam Membayar Zakat Penghasilan Usaha Sewa Indekos Mahasiswa, 16-17.

keinginan seseorang.⁴¹ Persepsi bahwa suatu produk atau jasa memenuhi persyaratan dan harapan seseorang adalah definisi lain dari kepuasan.⁴²

Pada penelitian ini variabel kepuasan berpengaruh terhadap keputusan preferensi pembayaran zakat generasi milenial pada Mahasiswa FEBI IAIN Kudus Angkatan 2019 di era digital. Hal ini dibuktikan dengan responden yang merasa puas, tertarik dan ingin membayar zakat secara online. Adanya fasilitas pembayaran zakat secara online ataupun *Mobile Banking* memudahkan muzakki terutama generasi milenial dalam memenuhi kewajibannya. Maka, disimpulkan kepuasan juga memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan generasi milenial dalam membayar zakat melalui digital payment atas dasar ketertarikan pada sistem layanan tersebut.

Tingkat kepercayaan, yang dapat dihasilkan dari kepuasan pribadi atau sosial, berperan dalam membentuk keputusan yang disukai konsumen. Setiap pelaku usaha Amil Zakat yang ingin meraih loyalitas muzakkinya harus mengutamakan kebutuhan muzakkinya. Standar layanan lembaga dan efisiensi penyampaiannya merupakan kontributor penting bagi kebahagiaan muzakki.⁴³

Faktor kepercayaan, yang mungkin dihasilkan dari kebahagiaan diri sendiri atau orang lain dengan suatu produk atau jasa, berdampak pada keputusan preferensi seseorang. Untuk menumbuhkan loyalitas muzakki, kepuasan muzakki sangat penting untuk setiap pembentukan Amil Zakat. Kemampuan lembaga dalam memberikan pelayanan dan fasilitas yang berkualitas merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi kepuasan muzakki.

⁴¹ Syihabudin Said, Tenny Badina, and Syarah Syahidah, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Muzakki Melalui Kepuasan Muzakki Sebagai Variabel Intervening Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Serang', *Syi'ar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 4.1 (2020), 1 <<https://doi.org/10.35448/jiec.v4i1.8177>>.

⁴² N.O.D. Arwanda, Hartoyo Hartoyo, and Sri Hartoyo, 'Kepuasan, Citra, Dan Loyalitas Pada Lembaga Pendidikan Tinggi: Kasus Di Akademi XYZ', *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 2014, 123–32 <<https://doi.org/10.24156/jikk.2014.7.2.123>>.

⁴³ Irhamsyah, Analisis Faktor-Faktor Preferensi Yang Mempengaruhi Keputusan Metode Pembayaran Zakat Bagi Muzakki Di Era Digital.

Berdasarkan bentuk dan faktor perilaku generasi milenial dalam membayar zakatnya terutama mahasiswa FEBI IAIN Kudus yang masih banyak ditemukan memilih secara tradisional melalui masjid atau masyarakat sekitar. Selain itu, masih banyak dari mereka yang belum mengetahui layanan zakat online. Maka dari itu, peneliti ingin memberikan solusi terkait hal tersebut:

1) Sosialisasi

Belajar berpikir dan bertindak sebagai makhluk sosial dalam kehidupan sehari-hari adalah apa yang kita sebut "sosialisasi", dan memainkan peran penting dalam membentuk identitas individu. Memprakarsai seseorang ke masyarakat dengan cara ini adalah hal biasa. Pemahaman dan kesadaran yang lebih besar tentang kewajiban membayar zakat dapat dicapai dengan sosialisasi tentang zakat, terutama di kalangan orang kaya yang mungkin tidak mengetahui kewajiban ini.

Menurut sudut pandang penulis sosialisasi ini sangat penting baik bagi amil maupun muzakki terutama generasi milenial. Sosialisasi dapat berbentuk seminar yang diadakan oleh BAZNAS dengan bekerja sama kepada Kementerian Agama dengan sasaran yang pertama yaitu amil masjid-masjid. Hal ini bertujuan untuk memberikan edukasi kepada amil tentang pengelolaan zakat di era digital dan mendaftarkan lembaganya kepada Kementerian Agama atau badan berwenang supaya dapat diakui legalitas lembaganya. Sosialisasi melalui seminar ini perlu dilakukan untuk menambah pemahaman para amil masjid bahwa di era digital seperti saat ini lembaga amil zakat dapat menyediakan layanan zakat secara online untuk menambah dana zakat yang untungnya bisa kearah program-program zakat produktif.

Sosialisasi kedua dengan sasaran generasi milenial seperti mahasiswa yang disebut sebagai *agent of change* yang dapat berkontribusi bukan hanya sebagai muzakki, namun juga pelopor gerakan perubahan dan penyampai informasi yang baik. Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat dan berbagai peluang, BAZNAS perlu melakukan sosialisasi terkait layanan zakat online kepada generasi milenial, khususnya mahasiswa. BAZNAS juga bisa

mengajak mereka untuk berzakat melalui lembaga amil zakat yang sudah terdaftar di Kementerian Agama.

2) Membentuk gerakan cinta zakat

Pimpinan BAZNAS Kabupaten Kudus beserta jajarannya perlu membentuk gerakan cinta zakat ke semua generasi milenial terutama mahasiswa IAIN Kudus. Rencananya, generasi muda saat ini akan dididik tentang zakat sehingga mereka dapat berkontribusi pada organisasi amil zakat resmi Kementerian Agama.

Menanamkan gerakan cinta zakat melalui pembuatan komunitas online bisa menjadi strategi sukses untuk meningkatkan kesadaran berzakat generasi milenial melalui media sosial. Melalui elemen interaktif, komunitas ini dapat mendorong pembayaran zakat melalui platform digital di kalangan generasi muda bahkan masyarakat luas. Untuk menjangkau audiens yang besar, mereka mungkin juga bekerja sama dengan komunitas muda lainnya. Tepat sekali; Dengan mengubah cara pandang masyarakat tentang zakat, komunitas ini dapat meningkatkan pengetahuan zakat online dan keinginan generasi milenial untuk membayar zakat.

3) Pendekatan empat mata

Amil zakat yang merupakan ketua dan pelaksana amil zakat di Kabupaten Kudus harus mensosialisasikan zakat dalam bentuk teknik. Bicaralah dengan calon muzakki milenial untuk melakukan hal ini. Strategi ini bermaksud untuk meningkatkan kepercayaan generasi milenial terhadap lembaga amil zakat yang terdaftar. Calon muzaki tidak boleh dipercaya untuk melakukan pembayaran zakat melalui BAZNAS atau organisasi amil lain yang diakui.

4) Menyebarakan iklan melalui pamflet

Penyebaran iklan melalui pamflet dilakukan dengan cara mengunggah atau membagikan pamflet yang berisi ajakan membayar zakat melalui BAZNAS atau lembaga sejenisnya ke media sosial atau platform digital yang dilengkapi dengan nomor rekening lembaga amil tersebut. Hal ini bertujuan untuk menarik minat serta memudahkan generasi milenial membayar zakatnya melalui rekening tersebut.

5) Menyediakan layanan membayar zakat melalui *digital payment*

Untuk memudahkan kaum milenial membayar zakatnya, Amil Masjid menerima pembayaran digital dan transfer uang. Untuk mengumpulkan lebih banyak uang untuk ZIS, teknik mutakhir yang memanfaatkan platform pembayaran digital untuk menyebarkan zakat telah diterapkan. Platform pembayaran digital QRIS dan transfer bank memudahkan muzakki untuk menyebarkan zakat. Anda Harus Berzakat Muzakki, khususnya kaum muda, dapat dengan mudah dan efektif membayar zakatnya dengan menggunakan QRIS dengan memindai barcode.

