

Keputusan Pedagang Menabung di Koperasi Simpan Pinjam Syariah (KSPS)
Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Sidogiri
(M. Egar Aria Baskara, Purnamie Titisari, Akhmad Munir)

Pengaruh Zakat Dan Investasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi
di Jawa Timur Tahun 2016-2020
(Dewi Ayu Windrayati)

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi
BMT Nu-Qimah Dengan Model Technology Acceptance Model (Tam)
(Wakik Isnani, Rochmatulloh Alaika)

Peranan Zakat Community Development Untuk Meningkatkan
Pendapatan Mustahik di Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Bondowoso
(Zakina Rulinda Hijas, Moehammad Fathorrazi, Anifatul Hanim)

Pengaruh E-Service Quality, Brand Image Dan Etika Bisnis Islam
Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah
Dan Akuntansi di Universitas Jember Kampus Bondowoso
(Muhammad Jakfar, Purnamie Titisari, Agus Luthfi)

Pengaruh Zakat, Infak, Dan Sedekah (ZIS) Dan Pembiayaan Perbankan Syariah
Terhadap Perekonomian di Indonesia
(Mochammad Cholil, Moehammad Fathorrazi, Lilis Yulianti)



Semua artikel yang tercetak dalam buku ini telah memenuhi syarat minimum untuk ditetapkan sebagai jurnal nasional online.

Kami mengundang Bapak dan Ibu untuk mengirimkan artikel ke IJABAH yang akan diterbitkan dua kali dalam setahun, pada bulan Maret dan September.

Semua artikel yang dipublikasikan dapat diakses secara online pada url: <https://journal.unej.ac.id/IJABAH/issue/archive>

Chief Editor: Dr. Zainuri, S.E., M.Si, Universitas Jember, Indonesia

Website APMAI: <https://feb.unej.ac.id/>

E-mail: ijabah.feb@unej.ac.id

Informasi Publisher (Online)
UPT Penerbitan Universitas Jember
Jalan Kalimantan 37
Kampus Tegalboto - Jember 68121
Tel./Fax: 0331 337 990

Bagian dari buku ini dapat diproduksi ulang dalam bentuk apapun, melalui cetak, cetak foto, atau cara lain tanpa ijin tertulis dari penerbit.



TIM EDITOR IJABAH

Chief Editor	
Dr. Zainuri, S.E., M.Si Universitas Jember, Indonesia	
Board Editors	
Prof. Dr. Baker Ahmad Abdullah Alserhan	King Talal School of Business Technology, Princess Sumaya University for Technology, Jordan
Dr. Marco Tieman, Adjunct Professor	Azman Hashim International BusinessSchool, Universiti Teknologi Malaysia, Malaysia
Dr. Ahmad Roziq, S.E., M.M., Ak.	Universitas Jember, Indonesia
Agus Mahardiyanto, S.E., M.A.	Universitas Jember, Indonesia
Rachmania Nurul Fitri Amijaya, S.E.,M.SEI.	Universitas Jember, Indonesia
Abdul Fatah, Lc., M.SEI.	Universitas Jember, Indonesia
Musa Al Kadzim, S.Ag., M.Ag.	Universitas Jember, Indonesia
Okyviandi Putra Erlangga,S.El., M.SEI.	Universitas Jember, Indonesia
Layout Editor	
Christin Wijaya Untoro	Universitas Jember, Indonesia
Rochmatulloh Alaika	Universitas Jember, Indonesia

Kami mengundang Bapak/Ibu untuk menjadi bagian dari reviewer IJABAH



DAFTAR ISI

Volume 02, Nomor 01, Maret 2024

Judul-Author	Hlm
Keputusan Pedagang Menabung di Koperasi Simpan Pinjam Syariah (KSPS) Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Sidogiri M. Egar Aria Baskara, Purnamie Titisari, Akhmad Munir	1 - 7
Pengaruh Zakat Dan Investasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Jawa Timur Tahun 2016-2020 Dewi Ayu Windrayati	8 - 16
Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi Bmt Nu-Qimah Dengan Model Technology Acceptance Model (Tam) Wakik Isnani, Rochmatulloh Alaika	17 - 28
Peranan Zakat Community Development Untuk Meningkatkan Pendapatan Mustahik di Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Bondowoso Zakina Rulinda Hijjas, Moehammad Fathorrazi, Anifatul Hanim	29-37
Pengaruh E-Service Quality, Brand Image Dan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Dan Akuntansi di Universitas Jember Kampus Bondowoso Muhammad Jakfar, Purnamie Titisari, Agus Luthfi	38-47
Pengaruh Zakat, Infak, Dan Sedekah (ZIS) Dan Pembiayaan Perbankan Syariah Terhadap Perekonomian di Indonesia Mochammad Cholil, Moehammad Fathorrazi, Lilis Yuliati	48-61



KEPUTUSAN PEDAGANG MENABUNG DI KOPERASI SIMPAN PINJAM SYARIAH (KSPS) BAITUL MAAL WAT TAMWIL (BMT) SIDOGIRI CABANG SILO (Studi Kasus Pasar Sempolan Kecamatan Silo Kabupaten Jember)

Mohammad Egar Aria Bagaskara*

Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember, Indonesia

Purnamie Titisari

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember, Indonesia

Akhmad Munir

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember, Indonesia

**Corresponding author, email: egararia123@gmail.com*

ABSTRACT

The aim of this research is to explore the decisions of traders to save at the Sharia Savings and Loans Cooperative (KSPS) Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Sidogiri Silo Branch (Case Study of Sempolan Market, Silo District, Jember Regency). This research is a type of descriptive qualitative research. Using participant observation methods, interview methods and documentation. The research results show that decision making at BMT Sidogiri is influenced by Islamic principles such as the absence of ribawi elements which are considered as the basis for saving decisions. For affordable locations along highways or cities, it will be easy for customers to find them to save. Speed and accuracy of service carried out in a friendly, fair, fast, precise and ethical manner so as to meet customer needs and satisfaction. For traders, the pick-up system is very important because it allows consumers to pay quickly and easily, making this system more valuable and different from other systems.

Keywords: *Decision Making, Saving, Sharia savings and loan cooperatives.*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi keputusan pedagang menabung di Koperasi Simpan Pinjam Syariah (KSPS) Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Sidogiri Cabang Silo (Studi Kasus Pasar Sempolan Kecamatan Silo Kabupaten Jember). Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Menggunakan metode observasi partisipan, metode wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan pengambilan keputusan di BMT Sidogiri dipengaruhi oleh prinsip-prinsip Islam seperti tidak adanya unsur ribawi yang dianggap sebagai dasar dalam keputusan menabung. Untuk lokasi yang terjangkau sepanjang jalan raya atau poros kota-kota akan mudah ditemui oleh para nasabah untuk menabung. Kecepatan dan ketepatan pelayanan yang dilakukan secara ramah, adil, cepat, tepat dan dengan etika sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi nasabah. Bagi pedagang sistem jemput bola sangatlah penting karena memungkinkan nasabah membayar dengan cepat dan mudah, sehingga menjadikan sistem ini lebih bernilai dan berbeda dari sistem lainnya.

Kata kunci : *Pengambilan Keputusan, Menabung, Koperasi Simpan Pinjam Syariah (KSPS).*

PENDAHULUAN

Perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia merupakan salah satu dampak dari perkembangan ekonomi islam, yang mana ekonomi islam menjadi perhatian di berbagai negara. Persaingan antar lembaga keuangan saat ini semakin ketat, seperti yang ditunjukkan oleh banyak lembaga keuangan di sektor lain. Indonesia memiliki banyak lembaga keuangan baik di perkotaan maupun di pelosok desa. Tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan ini merupakan akibat dari kebutuhan masyarakat untuk mengedarkan dana dalam bentuk transaksi simpan pinjam.

Perkembangan ini juga telah meningkatkan kesadaran umat Islam akan riba yang secara eksplisit dilarang dalam Al-Qur'an, dan perkembangan perbankan syariah semakin mendorong

keputusan menabung masyarakat. Sekelompok orang yang banyak mengambil keputusan di lembaga keuangan syariah yang menabung adalah para pedagang Pasar Sempolan. Pengambilan keputusan merupakan suatu pendekatan yang sistematis terhadap permasalahan yang dihadapi (Hamali, 2017: 119).

Berdasarkan observasi awal jumlah pedagang Pasar Sempolan yaitu sebanyak 204 pedagang, ternyata pedagang Pasar Sempolan mayoritas menabung di BMT Sidogiri Cabang Silo dengan jumlah 130 nasabah yang menabung. Hal ini sesuai situasi dan kondisi BMT Sidogiri Cabang Silo merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli seperti pasar dan toko-toko berdiri di sepanjang jalan, yang cukup ramai dalam kegiatan jual beli barang dan jasa sehingga para pengusaha ekonomi mikro pastinya membutuhkan tempat untuk menyimpan dananya untuk keperluan di masa mendatang ataupun perkembangan usahanya (Iit Hoiriyatul Hasanah, M. Saleh, & Ahmad Roziq, 2023).

BMT Sidogiri Cabang Silo merupakan salah satu lembaga keuangan yang berlandaskan prinsip syariah Islam. Hal ini dapat dilihat dari produk-produk dan juga akad yang digunakan dalam kegiatan transaksi. Produk tabungan yang ditawarkan ini menggunakan sistem bagi hasil yang memberikan dan menawarkan keuntungan, keadilan, manfaat sesuai syariat Islam dan menghindari riba, gharar, dan maysir (Wafa, Lilis Yuliati, & Agung Budi Sulistiyo, 2023).

TINJAUAN PUSTAKA

Pedagang

Menurut Noor (2016: 431) menyebutkan bahwa pekerjaan menjadi pedagang artinya pekerjaan yang sebagai ciri khas secara turun-temurun. Pedagang merupakan orang yang berusaha dibidang produksi serta berjualan barang-barang untuk memenuhi kebutuhan kelompok konsumen tertentu di dalam masyarakat pada suasana lingkungan informal (Nuraedah, 2017: 112). Pedagang merupakan bagian terpenting dalam proses memasarkan dagangan, tanpa adanya pedagang proses tawar menawar tidak akan pernah terjadi, dalam upaya mencari keuntungan setiap orang berbeda-beda, hendaknya para pedagang memperhatikan kepentingan konsumen dengan begitu pedagang tidak hanya mementingkan kepentingan ya sendiri tetapi juga kepentingan orang banyak (Widiasari, 2020).

Menabung

Menabung merupakan cara untuk meningkatkan standar hidup keluarga di masa depan. Selain untuk menyiapkan kehidupan yang lebih baik, menabung merupakan cara untuk menghadapi terjadinya risiko akibat terjadinya musibah-musibah yang memerlukan dana besar (Yasid, 2014). Menabung ialah tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seseorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang, sekaligus buat menghadapi hal-hal yang tak diinginkan. Al-qur'an telah memberikan panduan secara tidak langsung yang memerintahkan kaum muslimin untuk mempersiapkan hari esok agar lebih baik (Antonio, 2001: 205-206).

a. Al-Qur'an

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

"Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar. (An-nisa':9).

b. Hadist

"Tingkah laku yang baik, pelan-pelan dalam mengerjakan sesuatu, dan sederhana adalah sebagian dari dua puluh empat bagian kenabian." (H.R Tirmidzi:2010).

Koperasi Simpan Pinjam Syariah (KSPS)

Koperasi Simpan Pinjam Syariah (KSPS) BMT UGT Sidogiri merupakan suatu lembaga keuangan yang bergerak dalam simpanan dan pembiayaan dengan sistem syariah dalam hal ini disebut koperasi. Menurut Peraturan Deputi Bidang Pengawasan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor: 7/Per/Dep.6/IV/2016, Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah selanjutnya dalam peraturan ini disebut KSPPS adalah koperasi yang kegiatan usahanya meliputi simpanan, pinjaman dan 22 pembiayaan sesuai prinsip syariah, termasuk mengelola zakat, infaq/ sedekah, dan wakaf. Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah yang selanjutnya KSPPS adalah koperasi yang kegiatan usahanya hanya simpan pinjam dan pembiayaan syariah (Perdep Bidang Pengawasan Nomor : 07/Per/Dep.6/IV/2016).

Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan merupakan suatu pendekatan yang sistematis terhadap permasalahan yang dihadapi (Hamali, 2017: 119). Pendekatan tersebut menyangkut pengetahuan mengenai esensi atas permasalahan yang dihadapi, pengumpulan fakta dan data yang relevan dengan permasalahan yang dihadapi, analisis permasalahan dengan menggunakan fakta dan data, mencari alternatif pemecahan, menganalisis setiap alternatif sehingga ditemukan alternatif yang paling rasional dan penilaian atas keluaran yang dicapai. Pengambilan keputusan adalah proses pemilihan alternatif solusi untuk masalah. Secara umum pengambilan keputusan adalah upaya untuk menyelesaikan masalah dengan memilih alternatif solusi yang ada (Sudjiman, 2018).

Lokasi

Lokasi adalah letak atau toko pengecer di daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba (Fure, 2013). Pemilihan lokasi usaha merupakan salah satu keputusan bisnis yang harus dibuat secara hati-hati. Penelitian-penelitian terdahulu menemukan bahwa lokasi usaha berpengaruh terhadap kesuksesan atau keberhasilan usaha (Wahyudi & Heriyanto, 2014). Lokasi usaha adalah pemicu biaya yang begitu signifikan, lokasi usaha memiliki kekuatan untuk membuat atau menghancurkan strategi bisnis sebuah usaha (Fitriyani, dkk 2018).

Pelayanan

Menurut Kotler (2018: 83), pelayanan adalah setiap tindakan atau aktivitas yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Perilaku produsen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan tujuan untuk membuat konsumen puas adalah yang dikenal sebagai pelayanan. Pemasaran jasa berfokus pada kepuasan pelanggan (Lupiyoadi, 2013: 99). Pelayanan tersebut meliputi kecepatan melayani, kenyamanan yang diberikan, kemudahan lokasi, harga wajar dan bersaing. Dalam layanan istilah *service* menyiratkan segala sesuatu yang dilakukan pihak tertentu (individu maupun kelompok) kepada pihak lain (individu maupun kelompok), salah satu contohnya adalah layanan pelanggan (*customer service*).

Bagi Hasil

Bagi hasil adalah pembagian atas hasil usaha yang telah dilakukan oleh pihak-pihak yang melakukan perjanjian yaitu antara nasabah dengan bank syariah. Perihal terdapat dua pihak yang melakukan perjanjian usaha, maka hasil atas usaha yang dilakukan oleh kedua pihak atau salah satu pihak, akan dibagi sesuai dengan porsi masing-masing pihak yang melakukan akad perjanjian. Pembagian hasil usaha dalam perbankan syariah ditetapkan dengan menggunakan nisbah yaitu persentase yang disetujui oleh kedua pihak dalam menentukan bagi hasil atas usaha yang dikerjasamakan (Ismail, 2017).

Sistem Jemput Bola

Jemput Bola adalah mendatangi atau mencari pelanggan (dengan cara apapun dan efektif tanpa harus mengeluarkan banyak tenaga). Jadi, tabungan jemput bola adalah sesuatu yang disimpan atau dititipkan berupa uang di dalam lembaga keuangan yang dilakukan dengan mendatangi atau mencari nasabah melalui cara *door to door* atau dengan karyawan menjemput langsung dana atau uang yang akan disimpan oleh nasabah (Huda, dkk 2017: 167). Dari perspektif syariah, jemput bola dapat pula

dipahami sebagai upaya BMT mengembangkan tradisi silaturahmi yang menurut Rasulullah SAW dapat menambah rezeki, memanjangkan umur serta menjauhkan manusia dari dendam dan kebencian. Sistem jemput bola bukan hanya mengenai silaturahmi akan tetapi juga tolong menolong.

Mudharabah Musytarakah Gabungan (jama') dua akad

Mudharabah musytarakah adalah akad mudharabah, di mana pemilik dana menyerahkan dananya kepada pihak kedua yakni pengelola sebagai modal untuk dikelola dan dikembangkan yang dapat menghasilkan laba (Indriani, dkk, 2021). Didalam penyelenggaraan kedua akad tersebut sama-sama memiliki sumber hukum yaitu Al-Qur'an, sunah serta hukum positif di Negara yang di hasilkan melalui Ijma, Qiyas dan Ijtihad ulama indonesia dan juga pemerintah. Sebagai mana dasar hukum akad *Mudharabah* sebagai berikut:

﴿...وَأَخْرُوجُونَ يَصْنَعُونَ فِي الْأَرْضِ يُبْتَغُونَ مِنْ فَضْلِ اللَّهِ﴾

Artinya: "...Dan orang-orang yang berjalan di muka bumi mencari sebagian karunia Allah;... (Q.S Al- Muzammil, [73]: 20).

METODE

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif adalah sebagai proses penelitian masalah sosial atau masalah manusia yang dibentuk dengan kata-kata, melaporkan pandangan informan secara terperinci dan disusun dalam sebuah latar ilmiah (Ulfah, 2022).

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang ditunjuk oleh peneliti adalah Pasar Sempolan Kecamatan Silo Kabupaten Jember.

Metode Penentuan Informan Penelitian

Pengertian informan adalah subyek penelitian yang dapat memberikan informasi mengenai fenomena atau permasalahan yang diangkat dalam penelitian (Ade 2018). Metode penentuan informan menggunakan metode kuota. Dalam metode kuota, metode memilih sampel yang mempunyai ciri-ciri tertentu dalam jumlah atau kuota yang diinginkan (Muhamad, 2018: 173-174). Indikator dalam penentuan informan yaitu pedagang yang aktif setiap harinya menabung. Informan utama yaitu 7 informan utama dari 130 pedagang yang aktif menabung.

Sumber Data Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Data primer penelitian ini adalah keputusan pedagang menabung di BMT Sidogiri Cabang Silo yaitu untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan menghemat modal usaha dari pendapatannya yang informasinya diperoleh langsung dari wawancara informasi. Data sekunder diperoleh dari dokumen atau informasi tertulis yang diperoleh dari cabang Mantri Pasar Sempolan dan BMT Sidogiri Silo yang mendukung keputusan pedagang untuk menabung di BMT Sidogiri Cabang Silo, seperti informasi tentang jumlah pedagang, pekerjaan lapak atau warung, rencana pemasaran dan profil Pasar Sempolan.

Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan baku untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, partisipan, wawancara dan dokumentasi.

Analisis Data

Analisis data adalah jenis analisis yang dilakukan dengan mengumpulkan data dalam berbagai kategori untuk mengidentifikasi tema, pola hubungan, menafsirkan maknanya, dan menyampaikan atau menyampaikan informasi tersebut kepada pihak yang berminat (Usman dan Akbar, 2019:84). Berikut model analisis data dalam teknik kualitatif, yaitu pengumpulan data untuk mengumpulkan dan mengukur informasi dari berbagai sumber untuk mendapatkan gambaran yang lengkap dan akurat.

Reduksi data, informasi yang diterima dari lapangan tentang keputusan pedagang menabung dicatat secara rinci. *Display* data, deskripsi sekumpulan informasi yang terstruktur yang memberikan kesempatan untuk menarik kesimpulan dan penarikan kesimpulan.

Uji Keabsahan Data

Triangulasi bisa dikategorikan bagaikan metode pengecekan keabsahan informasi yang menggunakan suatu yang lain. Diluar informasi itu buat keperluan pengecekan ataupun bagaikan pembandingan terhadap informasi itu (Moleong, 2016).

Penelitian ini akan menggunakan teknik triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah menganalisis dan mengecek ulang tingkat kepercayaan data yang diperoleh dari beberapa sumber.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Koperasi Simpan Pinjam Syariah (KSPS) Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Sidogiri Cabang Silo

Koperasi BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri disingkat “Koperasi BMT UGT Sidogiri” mulai beroperasi pada tanggal 5 Rabiul Awal 1421 H atau 6 Juni 2000 M. di Surabaya dan kemudian mendapatkan badan Hukum Koperasi dari Kanwil Dinas Koperasi PK dan M Propinsi Jawa Timur dengan SK Nomor: 09/BH/KWK.13/VII/2000 tertanggal 22 Juli 2000. BMT UGT Nusantara membuka beberapa unit pelayanan anggota di kabupaten/ kota yang dinilai potensial. Pada saat ini BMT UGT Nusantara sudah memiliki 298 kantor Cabang, Kantor Cabang Pembantu dan Kantor Kas yang tersebar di 10 Provinsi se Indonesia, salah satunya di Kecamatan Silo. KSPS BMT Sidogiri Cabang Silo mulai berdiri 14 April 2011 sudah 12 tahun BMT ini berdiri di Kecamatan Silo. Jumlah nasabah di Kecamatan Silo berjumlah 978 nasabah, untuk nasabah pedagang pasar Sempolan yang aktif berjumlah 130 nasabah.

Profil Pasar Sempolan

Penelitian ini terletak di Pasar Sempolan, Desa Sempolan, Kecamatan Silo, Kabupaten Jember. Awal Pasar Sempolan bernama Pasar Desa Sempolan yang bertempat di terminal Sempolan. Pada tahun 1991 menjadi pasar daerah dan pindah ke lokasi baru yang sampai saat ini ditempati. Luas tanah secara keseluruhan, yaitu 4.279 m².

Tabel 4.1 Profil Barang Dagang Pasar Sempolan

No.	Jenis Barang	Jumlah
1.	Konveksi (baju)	25
2.	Sandal dan Sepatu	11
3.	Pecah Belah	9
4.	Plastik	10
5.	Prancangan (Bumbu dapur, perlengkapan mandi dan snack dll)	17
6.	Sayur dll	132
Jumlah		204

Sumber: Data primer diolah oleh peneliti 10 September 2023

Tidak Adanya Unsur Ribawi

Pengambilan keputusan pedagang terkait dengan memilih untuk menabung di BMT Sidogiri sebagai lembaga keuangan mikro yang berbasis syariah. Prinsip-prinsip syariah yang diterapkan oleh BMT Sidogiri menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan pedagang. Pedagang yang memiliki keyakinan agama kuat cenderung memilih menabung di BMT Sidogiri karena lembaga ini mengikuti prinsip-prinsip syariah, termasuk larangan riba. Riba merupakan praktik penambahan atau pertambahan pada transaksi keuangan atau hutang-piutang tanpa adanya laba yang sesuai dari syariah. Bunga dan riba dianggap menjadi hal yang haram atau tidak diperbolehkan pada transaksi usaha kini, riba merupakan identik dengan bunga.

Lokasi yang Terjangkau

Lokasi merupakan suatu kegiatan atau aktivitas usaha yang dilakukan. Lokasi dimulai dari memilih komunitas. Lokasi lembaga keuangan yang terletak di tengah-tengah tempat pelayanan umum, misalnya pasar, pertokan dan dekat dengan permukiman warga yang mana sangat berpengaruh bagi masyarakat yang akan menabung. Lokasi yang tepat adalah sepanjang jalan raya atau poros kota-kota yang terletak disepanjang jalan-jalan itu dengan sendirinya akan dilalui masyarakat, sehingga memenuhi persyaratan aksesibilitas yaitu mudah ditemukan dan mudah ditemui.

Kecepatan dan Ketepatan Pelayanan

Pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan nasabah. Pelanggan yang puas akan menunjukkan kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas cenderung akan memberikan persepsi terhadap produk tersebut. Jika jasa pelayanan yang diterima melampaui harapan nasabah, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Apabila jasa pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah, adil, cepat, tepat dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi nasabah.

Sistem Jemput Bola

Pelayanan sistem jemput bola dalam meningkatkan pelayanan pada BMT Sidogiri yaitu keaktifan pihak Pemasaran BMT dalam melayani nasabah dengan cara aktif menjemput tabungan (jemput bola). Untuk nasabah tidak perlu datang ke kantor tidak masalah dan tidak ada syarat apapun dalam menggunakan sistem ini, namun bisa dilayani pihak BMT dengan cara langsung mendatangi ke tempat nasabah tersebut. Manfaat pelaksanaan pelayanan sistem jemput bola adalah menjadi lebih banyak yang tertarik. Jadi berdasarkan data di lapangan memang banyak orang-orang atau calon nasabah yang siap berkemauan tinggi untuk menabung tapi terkadang terkendala jarak dan waktu maka sistem jemput bola ini menjadi daya tarik tersendiri dan berbeda dari yang lain.

KESIMPULAN

Strategi yang dilakukan oleh BMT Sidogiri dalam menarik nasabah untuk menabung yaitu dengan adanya jemput bola. Dimana BMT terjun ke pasar sempolan untuk mencari nasabah, saat pihak BMT ini menjelaskan produk yang BMT miliki pedagang ini mulai tertarik untuk menabung di BMT Sidogiri. Pengambilan keputusan di BMT Sidogiri dipengaruhi oleh prinsip-prinsip Islam seperti tidak adanya unsur ribawi yang dianggap sebagai dasar dalam keputusan menabung. Adanya sistem jemput bola ini pedagang yang menabung tidak perlu datang ke kantor untuk menabung, tidak tenatang menabung juga pedagang yang menabung di BMT Sidogiri untuk penarikan bias menggunakan sistem jemput bola.

Kecepatan dan ketepatan pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Pelayanan yang dilakukan secara ramah, adil, cepat, tepat dan dengan etika sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi nasabah.

REFERENSI

- Ade, H. 2018. *Informan dan Pemilihan Informan Pada Penelitian Kualitatif*. Jurnal Ilmiah.
- Antonio, Muhammad Syafi'i, 2001, *Bank Syariah dari Teori Ke Praktek*, Gema Insani: Jakarta
- Fure, H. 2013. *Lokasi, keberagaman produk, harga, dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap minat beli pada pasar tradisional Bersehati Calaca*. Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 1(3). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2023>
- Fitriyani, dkk, (2018), *Menggerakkan Ekonomi Desa Melalui Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)*, Jurnal Mediteg olume 3, Nomor 1, Desember 2018. Politeknik Negeri Tanah Laut.
- Hamali, Yusuf, A & Budihastuti, Sari, Eka. (2017). *Pemahaman Kewirausahaan*. Depok: Kencana.

- Huda, N., Hudori, K., Fahlevi, R., Mazaya, D., & Sugiarti, D. (2017). *Pemasaran Syariah: Terori & Aplikasi*. Depok: Kencana.
- Iit Hoiriyatul Hasanah, M. Saleh, & Ahmad Roziq. (2023). Peran BMT Nuansa Umat Dalam Memberdayakan Ekonomi Masyarakat Di Kecamatan Grugugan Kabupaten Bondowoso. *IJABAH*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.19184/ijabah.v1i1.247>
- Indriani, I., Qotimah, I. K., & Mustofa, I. (2021). *Implementasi Produk Tabungan Berjangka dengan Akad Mudharabah di BMT Sidogiri Waru Sidoarjo*. Ma'mal: Jurnal Laboratorium Syariah dan Hukum, 2(03), 229-246. <https://jurnalfsh.uinsby.ac.id/mhs/index.php/mal/article/view/92>
- Ismail, M. B. A. 2017. *Perbankan Syariah*. Depok: Kencana.
- Kotler, Philip. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Lupiyoadi, R., dan Hamdani A. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi ketiga. Jakarta: Salemba Empat.
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda.
- Muhamad. 2018. *Metodologi Penelitian Islam*. Jakarta: Pt RajaGrafindo Perseda.
- Nuraedah. 2017. *Sosial Budaya*, Bandung: Deepublis
- Noor, Yusliani, 2016. *Islamisasi Banjarmasin (Abad ke-15 sampai ke-19)*. Ombak: Yogyakarta.
- Peraturan Deputi Bidang Pengawasan Kementerian Koperasi dan UKM No.07/Per/Dep.6/IV/2016. https://www.sumbarprov.go.id/images/1482118947Perdep07_2016_Penilaian_Kesehatan_KSP_Syariah.pdf, diakses 10 Januari 2024 pukul 17:27
- Sudjiman, P. E., & Sudjiman, L. S. 2018. Analisis sistem informasi manajemen berbasis komputer dalam proses pengambilan keputusan. *TeIKa*, 8(2), 55-66. [Jurnal. https://jurnal.unai.edu/index.php/teika/article/view/2327](https://jurnal.unai.edu/index.php/teika/article/view/2327)
- Ulfah, Y. F., Rahmat, A., Hasyim, S. H., Silalahi, D. E., Mattunruang, A. A., Ratnaningsih, P. W., & Hasan, M. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Tahta Media Group.
- Usman, Husaini dan Akbar, Purnomo Setiady . 2019. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wafa, M. A., Lilis Yuliati, & Agung Budi Sulistiyo. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Tabungan terhadap Minat Menabung Masyarakat Bondowoso pada Bank Muamalat. *IJABAH*, 1(2), 111–116. <https://doi.org/10.19184/ijabah.v1i2.392>
- Wahyudi, N. dan Heriyanto, A.E, 2014. *Analisis Faktor-Faktor Pemilihan Lokasi Usaha Terhadap Kesuksesan Usaha Jasa Mikro Di Kecamatan Sungai Kunjang*. Jurnal Ekonomi Universitas Samarinda. <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=274715&val=6384&title>
- Widiasari, Dian 2020. *Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Rumah Lidi Desa Karang Tengah Cilogok Banyumas*. Skripsi 20.
- Yasid, M. 2014. Perilaku menabung ibu rumah tangga Keluarga Miskin peserta program ikhtiar Lembaga Keuangan Mikro Syariah berbasis kelompok di Bogor, Jawa Barat. *Tazkia Islamic Finance and Business Review*, 4(1). [Jurnal. https://tifbr-tazkia.org/index.php/TIFBR/article/view/32](https://tifbr-tazkia.org/index.php/TIFBR/article/view/32)

PENGARUH ZAKAT DAN INVESTASI TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI JAWA TIMUR TAHUN 2016-2020

Dewi Ayu Windrayati

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember, Indonesia

*Corresponding author, email: dewiayuwindrayati7@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine how the influence of zakat and investment on economic growth in East Java in 2016-2020. The research approach uses a quantitative approach. Using a population of 38 regencies / cities in East Java Province. The data analysis method used uses panel data regression which shows the results that the zakat variable has no significant effect on economic growth in East Java in 2016-2020. Meanwhile, the investment variable has a significant effect on economic growth in East Java in 2016-2020. These results show the importance of increasing awareness to implement zakat in the community so that it can have an influence not only regionally but also nationally.

Keywords: *Islamic Economic, Investment, Economic Growth, Zakah*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh adanya zakat dan investasi terhadap pertumbuhan ekonomi di Jawa Timur tahun 2016-2020. Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Menggunakan populasi sebanyak 38 Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Timur. Metode analisis data yang digunakan menggunakan regresi data panel yang menunjukkan hasil bahwa variabel zakat tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di Jawa Timur tahun 2016-2020. Sedangkan variabel investasi berpengaruh secara signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di Jawa Timur tahun 2016-2020. Hasil ini menunjukkan betapa pentingnya untuk meningkatkan kesadaran untuk melaksanakan rukun islam keempat yaitu zakat di masyarakat agar dapat memberikan pengaruh tak hanya berdampak secara regional namun juga secara nasional.

Kata Kunci: *Ekonomi Islam, Investasi, Pertumbuhan ekonomi, Zakat*

PENDAHULUAN

Setiap negara di dunia memiliki permasalahan ekonomi yang berbeda-beda, namun secara umum perekonomian yang sedang tumbuh seperti Indonesia menghadapi kekhawatiran terhadap kesenjangan ekonomi dan ketimpangan distribusi kelompok diperlukannya pemerataan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan dalam masyarakat. Untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat diperlukan peningkatan pertumbuhan. Jika hal tersebut dapat dilakukan maka ketimpangan ekonomi antar wilayah akan berkurang. Pertumbuhan ekonomi salah satu masalah jangka panjang yang pasti dihadapi hampir seluruh negara di dunia. Menurut Sukirno (2010) pertumbuhan ekonomi suatu negara dapat diukur dari perkembangan pendapatan riil yang telah dicapai suatu negara. Indonesia yang merupakan negara berkembang mempunyai dua faktor penghambat pertumbuhan ekonomi antara lain, SDM yang dimiliki suatu wilayah, dan penambahan persediaan modal. SDM disini adalah pertumbuhan penduduk dan adanya penambahan tenaga kerja, sedangkan akumulasi modal merupakan pendapatan yang diterima oleh suatu wilayah. Pada penelitian ini provinsi Jawa Timur dipilih sebagai objek penelitian. Berikut merupakan tabel perbandingan PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) menurut Provinsi di Pulau Jawa dari tahun 2016-2020:

Tabel 1. PDRB Atas Dasar Pertumbuhan Ekonomi di Pulau Jawa Tahun 2016-2020

Provinsi	Laju Pertumbuhan PDRB ADHK Tahun 2016-2020 (%)				
	2016	2017	2018	2019	2020
DKI Jakarta	5,87	6,20	6,11	5,82	-2,39
Jawa Barat	5,66	5,33	5,65	5,02	-2,52
Jawa Tengah	5,25	5,26	5,30	5,36	-2,65
DI Yogyakarta	5,05	5,26	6,20	6,59	-2,68
Jawa Timur	5,57	5,46	5,47	5,53	-2,33
Banten	5,28	5,75	5,77	5,26	-3,39

Sumber : Kementerian PPN dan Bappenas 2020 (data diolah)

Berdasarkan tabel 1.1 diketahui bahwa PDRB Jawa Timur cukup mampu bersaing dengan provinsi lainnya di pulau jawa, dengan PDRB sebesar 5,57% di tahun 2016. Meskipun di tahun berikutnya PDRB provinsi Jawa Timur mengalami penurunan sebanyak 0,11%, namun masih mampu bersaing dengan provinsi yang lainnya dan bukan menjadi provinsi dengan nilai PDRB terbawah. Perekonomian provinsi Jawa Timur ADHK 2010 mencapai Rp. 1.610,42 triliun.

Melemahnya *World Bank* yang menyebabkan perekonomian Indonesia pada tahun 2020 melemah adalah akibat dari pandemi yang telah melumpuhkan hampir semua sektor perekonomian di negara seluruh dunia. Hal tersebut mengakibatkan perekonomian untuk pertama kali dalam dua puluh tahun terakhir mengalami minus perekonomian, yang diperkirakan oleh Bank Dunia tahun 2020 pertumbuhan ekonomi di Indonesia akan berada pada kisaran -2,0 s.d. -1,6 % (*year on year*). Pandemi mengakibatkan terbatasnya kegiatan, risiko kesehatan yang meningkat, dan ekonomi global yang melemah sehingga dapat memberikan tekanan pada permintaan domestik, baik kegiatan konsumsi maupun investasi. Dengan permasalahan tersebut tentu saja Indonesia melakukan banyak upaya dan kebijakan dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di masa pandemi dan memperkuat investasi demi mendorong kemajuan perekonomian secara berkepanjangan.

Investasi salah satu sumber utama dalam pertumbuhan ekonomi dalam suatu wilayah. Jika dalam suatu negara atau wilayah masyarakatnya banyak yang berinvestasi maka banyak perusahaan yang akan memproduksi sehingga akan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

Menurut Astuti (2018) penanaman modal salah satu aktivitas yang menghasilkan investasi sehingga akan menambah stok modal (*capital stock*). Dengan meningkatnya *capital stock* akan dapat mendorong produktivitas dan kapasitas dari kualitas produksi, dengan begitu dapat mendorong pertumbuhan ekonomi. Penanaman modal asing atau PMA merupakan faktor yang dapat mendukung PMDN (Penanaman Modal Dalam Negeri) yang belum mampu secara penuh dilaksanakan.

Tabel 2. Perkembangan PMA Tahun 2016-2020

No.	Tahun	Investasi (juta US\$)
1.	2016	28.964,1
2.	2017	32.239,8
3.	2018	29.307,9
4.	2019	28.208,9
5.	2020	28.666,3

Sumber: Badan Pusat Statistik 2016-2020 (data diolah)

Dari tabel tersebut bisa diketahui bahwa investasi asing di Indonesia cenderung stabil dan tidak banyak penurunan maupun peningkatan yang signifikan dalam kurun waktu lima tahun. Hal ini bisa menjadi pertanda bahwa Indonesia berpotensi menjadi negara yang ramah investor.

Tabel 3. Perkembangan PMDN Tahun 2016-2020

No.	Tahun	Investasi (Milyar Rupiah)
1.	2016	216.230,8
2.	2017	262.350,5
3.	2018	328.604,9
4.	2019	386.498,4
5.	2020	413.535,5

Sumber : Badan Pusat Statistik 2016-2020 (data diolah)

Dalam waktu lima tahun terakhir, PMDN mengalami kenaikan yang cukup berarti dari tahun ke tahun. Menandakan bahwa investasi dalam negeri juga ikut andil dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Realisasi investasi dalam kurun waktu 5 tahun tersebut dengan investasi terbanyak masih dimiliki oleh pulau Jawa yang tercatat pada triwulan IV tahun 2020 mencapai Rp.113,4 triliun atau 52,8% . sedangkan di luar pulau Jawa realisasi investasi mencapai Rp. 101,3 triliun atau 47,2%. Ini bisa dijadikan sebagai bukti bahwa investor dalam negeri bisa menjadikan pulau Jawa sebagai wilayah untuk meletakkan modalnya. Pada masa pandemi covid 19 ini, PMDN lebih berkontribusi dibandingkan dengan PMA. Menurut BPKM (2021) dalam waktu lima tahun terakhir investasi antara PMA dan PMDN sudah berimbang.

Ajaran Islam mengajarkan umatnya untuk saling memberi dan memperdulikan fakir miskin. Agama Islam sendiri memiliki instrumen yang juga bisa digunakan oleh umat Islam untuk berkontribusi dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di suatu negara. Instrumen dalam Islam seperti zakat, infaq, wakaf, dan shadaqah. Pada penelitian ini peneliti lebih terfokus pada penelitian yang berkaitan dengan instrumen zakat. Instrumen- instrumen tersebut dalam waktu lima tahun telah mengalami perkembangan yang sangat berarti, terbukti dari semakin banyaknya lembaga-lembaga yang didirikan untuk mengelola instrumen tersebut. Di Indonesia sendiri, saat ini telah berdiri organisasi- organisasi yang bergerak dalam kegiatan tersebut seperti BAZNAS (Badan Amil Zakat Nasional), LAZNU (Lembaga Amil Zakat Nahdatul Ulama), dan masih banyak lainnya yang didirikan oleh yayasan- yayasan suatu daerah.

Tabel 4. Pengumpulan zakat berdasarkan organisasi dari tahun 2016-2020

Lembaga	Jumlah Dana				
	2016	2017	2018	2019	2020
BAZNAS	97.426.463.462	153.542.103.405	206.374.175.575	248.342.677.327	385.126.583.224
BAZNAS Provinsi	164.760.157.808	448.171.189.258	552.209.167.922	489.727.923.119	489.538.808.289
BAZNAS Kabupaten/ Kota	2.877.677.930.161	3.426.689.437.619	3.171.701.720.388	3.092.647.685.122	1.735.824.169.041
LAZ	598.362.341.065	2.195.968.539.189	3.634.332.619.382	1.215.978.499.102	4.077.297.116.443
OPZ dalam pembinaan	-	-	552.980.000.000	617.298.559.296	5.741.459.770.472
Total	3.738.216.792.496	6.224.371.269.471	8.117.597.683.267	5.663.995.343.966	12.429.246.447.469

Sumber: Statistik Zakat Nasional 2016-2022 (data diolah)

Dari tabel data yang disajikan oleh peneliti, dapat diketahui bahwa zakat mengalami perkembangan setiap tahunnya, dengan jumlah yang relatif besar. Selain itu pada tahun 2018 OPZ yang dalam masa pembinaan mulai menambah organisasi yang bergerak dibidang pengelolaan ZIS (zakat) dan bertambah seiring dengan tahun berganti.

Jawa timur salah satu provinsi yang memiliki BAZNAS terbanyak di seluruh Indonesia, dengan jumlah 38 BAZNAS dan yang aktif sebanyak 22 BAZNAS Kabupaten/Kota dari total 320 BAZNAS di seluruh Indonesia pada tahun 2020. Tentu Jawa Timur memiliki potensi zakat yang menjanjikan dan juga dapat berkontribusi terhadap pendapat perekonomian di provinsi Jawa Timur. Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dari zakat dan investasi terhadap pertumbuhan ekonomi di Jawa Timur dengan tujuan untuk menjelaskan pengaruh zakat dan investasi terhadap pertumbuhan ekonomi di Jawa Timur tahun 2016-2020 . Dengan potensi yang dimiliki provinsi Jawa Timur, tentu seharusnya akan mampu memberikan dampak terhadap pertumbuhan ekonominya melalui zakat maupun investasi.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Ekonomi Pembangunan Islam

Pertumbuhan ekonomi melibatkan lebih dari sekedar peningkatan kuantitas komoditas, namun juga berkaitan dengan moralitas, akhlak dan keseimbangan antara duniawi dan ukhrawi. Untuk mengukur seberapa berhasilnya pertumbuhan ekonomi suatu negara tidak hanya diukur dari sisi pencapaian materi saja, namun juga dilihat atau ditinjau dari sisi agama, perbaikan kehidupan, sosial dan kemasyarakatan. Menurut Beik (2019) Sektor rill menjadi tumpuan pertumbuhan ekonomi dengan dukungan keuangan syariah, sedangkan kinerja sektor ZISWAF tergantung pada distribusi dan pemerataan. Oleh sebab itu kinerja tiga sektor tersebut harus memperoleh perhatian dari pemerintah sehingga *growth with equity* dapat direalisasikan. Menurut Beik (2019) ada 3 faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi, yaitu:

1. *Invistible resources* (sumber daya yang dapat diinvestasikan)

Menurut Beik (2019) *Saving rate* adalah banyaknya dana yang dapat disisihkan oleh masyarakat seperti tabungan, yang dimanfaatkan sebagai alat pembiayaan pembangunan ekonomi. Akad-akad yang menjadi karakteristik keuangan syariah sektor rill, maka penempatan dana masyarakat di perbankan syariah akan memberikan dampak kepada penguatan sektor rill.

Islam juga memberikan *disinsentif* bagi *idle saving* melalui zakat. Jika dana yang dimiliki setiap umat muslim tidak diproduktifkan, hal tersebut akan berpengaruh ke jumlahnya yang bisa berkurang karena pengurangan zakat,

2. Sumber daya manusia dan *entrepreneurship*
3. Teknologi dan inovasi

Teori Pertumbuhan Ekonomi Adam Smith

Adam Smith sendiri menjabarkan pendapatnya tentang bagaimana cara menganalisis pertumbuhan ekonomi menggunakan dua faktor, yaitu faktor pertumbuhan penduduk dan output total.

1. Pertumbuhan Penduduk

Peran penduduk pada perekonomian menurut Adam Smith ketika penduduk mengalami perkembangan maka akan mendorong peningkatan perekonomian. Pada dasarnya apabila penduduk berkurang, pendapatan per kapita lebih rendah dari produksi marginal. Sehingga pertambahannya penduduk akan mampu meningkatkan pendapatan per kapita. Namun apabila penduduk sudah semakin bertambah, maka akan berakibat pada fungsi produksi marginal yang mengalami penurunan.

2. Output Total

Pada faktor kedua ini perhitungan output total dibagi menjadi tiga, yaitu:

- a. Sumber daya alam (faktor produksi tanah)
- b. Sumber daya manusia
- c. Persediaan modal (*capital stock*)

Teori Zakat Maudidi

Dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 110 yang menjadi landasan terhadap kewajiban berzakat, yang kemudian ditafsirkan oleh Ibnu Katsir menjelaskan bahwa Allah SWT menganjurkan mereka menyibukkan diri mengerjakan hal-hal yang bermanfaat bagi diri mereka dan membawa akibat yang baik untuk mereka di hari kiamat nanti seperti mendirikan shalat dan menunaikan zakat hingga Allah menerapkan bagi mereka pertolongan dalam kehidupan di dunia dan di hari semua saksi berdiri tegak (hari kiamat) Abdul S (2016). Dalam teorinya (Maudidi, 1941) menyebutkan bahwa zakat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi terhadap 3 faktor:

1. Meningkatkan investasi

Dalam hal ini masyarakat berfikir bahwa mereka harus mempertahankan kekayaannya, agar tidak habis diambil oleh zakat. Sehingga beralih ke investasi untuk mempertahankan harta.

2. Meningkatkan konsumsi

Dalam hal ini ketika mustahik memperoleh dana zakat, maka akan banyak masyarakat akan mengkonsumsi barang produksi.

3. Mengurangi kesenjangan sosial

Dengan zakat menjadi salah satu cara mengurangi kesenjangan di masyarakat, karena adanya zakat adalah untuk meratakan perekonomian.

Teori Investasi Harrod-Domar

Dalam teori tabungan dan investasi yang dicetuskan oleh Harrod-Domar ditegaskan bahwa aktivitas investasi dianggap sebagai salah satu hal utama dan memiliki dua peran yang berpengaruh terhadap perekonomian. Peran investasi yang pertama memiliki hubungan yang pasti terhadap pendapatan negara. Jika proses investasi tidak sukar, maka akan semakin banyak kegiatan yang berorientasi terhadap investasi yang akhirnya dapat meningkatkan pendapatan yang dihasilkan negara. Untuk peran investasi yang kedua yaitu investasi dapat memperbesar kapasitas produksi ekonomi dengan cara meningkatkan stok modal. Menurut Harrod-Domar pembentukan modal ini dianggap sebagai proses yang dapat meningkatkan konsumsi di masyarakat.

METODE PENELITIAN

Model penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini merupakan jenis penelitian *explanatory research* dengan metode penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Pada penelitian ini variabel dependen yang akan diteliti adalah variabel zakat dan investasi di Provinsi Jawa Timur, sedangkan variabel independen pada penelitian ini variabel pertumbuhan ekonomi di Provinsi Jawa

Timur tahun 2016-2020. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini merupakan data sekunder yang bersifat kuantitatif. Data sekunder yang digunakan pada penelitian ini berasal dari 38 kota/kabupaten di provinsi Jawa Timur pada tahun 2016-2020. Sumber data dalam penelitian ini berasal dari Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur, Statistik Zakat Nasional, Badan Koordinasi Penanaman Modal, dan Biro Perekonomian Provinsi Jawa Timur. Regresi data yang digunakan adalah alat regresi data panel dengan menggunakan aplikasi *Eviews12*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pada penelitian ini akan mengestimasi model data panel, menguji model yang baik untuk digunakan terkait dengan variabel yang berkaitan. Dalam penelitian ini akan menguji dua hipotesis sebagai berikut:

- Zakat berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi di Jawa Timur tahun 2016-2020
- Investasi berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi di Jawa Timur tahun 2016-2020

Selanjutnya akan mengidentifikasi dampak signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen menggunakan model estimasi yang terpilih yaitu antara *Common Effect Model*, *Fixed Effect Model*, dan *Random Effect Model*. Untuk langkah selanjutnya adalah menguji model pendekatan dengan menggunakan uji *Chow* dan uji *hausman*. Uji *chow* digunakan untuk memilih model terbaik antara *CEM* dan *FEM*, sedangkan uji *hausman* digunakan untuk memilih model terbaik antara *FEM* dan *REM*. Hasil setelah dilakukan pengujian menghasilkan *FEM* sebagai model terpilih dan dilakukan uji asumsi klasik serta uji statistik.

Hasil analisis Regresi

Gambar 1. Hasil Analisis Regresi *Fixed Effect Model*

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.433086	0.119397	12.00271	0.0000
X1	0.003223	0.006036	0.533948	0.5960
X2	0.016299	0.004643	3.510469	0.0010
Effects Specification				
Period fixed (dummy variables)				
Weighted Statistics				
Root MSE	0.325831	R-squared	0.458662	
Mean dependent var	4.694359	Adjusted R-squared	0.386484	
S.D. dependent var	3.486444	S.E. of regression	0.350258	
Sum squared resid	5.520627	F-statistic	6.354571	
Durbin-Watson stat	3.012876	Prob(F-statistic)	0.000067	

Sumber: Eviews12, 2023

Uji F

Nilai Prob(F-statistic) 0,000067 dan nilai F-statistic 6,354571. Berdasarkan hal tersebut nilai Prob(F-statistic) kurang dari nilai signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas zakat dan investasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel tetap pertumbuhan ekonomi. Hasil persamaan sebagai berikut:

$$\text{Pertumbuhan Ekonomi} = 1,433086 + 0,003223(X1) + 0,016299(X2)$$

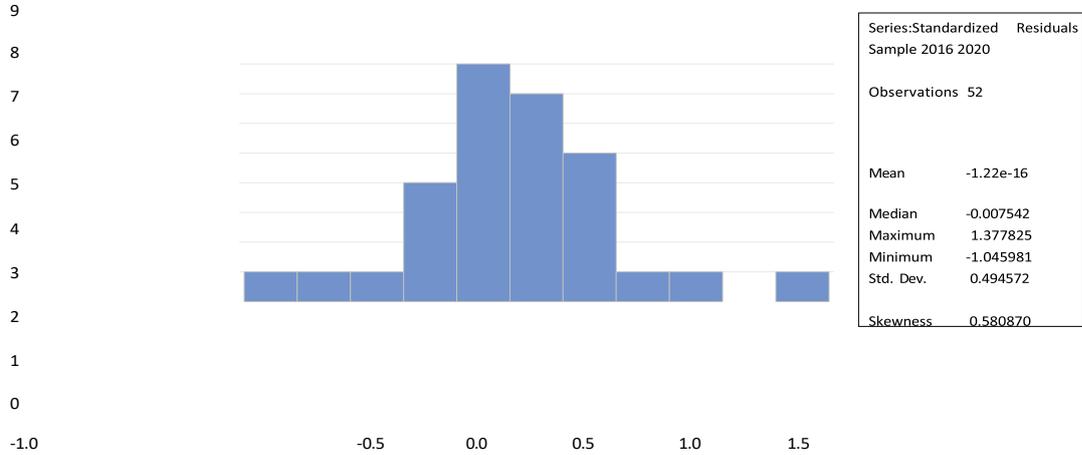
Uji t

Variabel zakat memiliki nilai probabilitas t-statistic sebesar 0,5960 dan nilai alfa sebesar 0,05 atau $0,5960 > 0,05$. Hal ini berarti bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak. Dengan artian bahwa zakat tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di Provinsi Jawa Timur. Sedangkan variabel investasi memiliki nilai probailitas t-statistic sebesar 0,0010 dan nilai alfa sebesar 0,05 atau $0,0010 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya bahwa investasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di Provinsi Jawa Timur.

Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan tabel menunjukkan bahwa nilai R-squared 0,548662. Menunjukkan bahwa variabel X mampu menjelaskan variasi variabel Y sebanyak 0,55 atau 55% atau dapat disimpulkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen baik Uji Normalitas

Gambar 2. Uji Normalitas



Sumber: Eviews, 2023

Dari tabel diatas menjelaskan bahwa nilai Jarque-Bera sebesar 2.942374 dengan probabilitas sebesar 0.229653 yang artinya nilai tersebut lebih besar dari nilai alpha 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi dengan normal

Uji Multikolienaritas

Gambar 3. Uji Multikolienaritas

	X1	X2
X1	1.000000	0.133831
X2	0.133831	1.000000

Sumber: Eviews12, 2023

Sesuai dengan hasil pengujian uji multikolienaritas menyatakan bahwa variabel X1 dan X2 memiliki nilai koefisien korelasi <0,8. Maka dalam penelitian ini dapat menyatakan bahwa data tersebut tidak memiliki masalah multikolienaritas.

Uji heterokedastisitas

Gambar 4. Uji Heterokedastisitas

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.337891	0.526841	0.641353	0.5243
X1	-0.010272	0.026427	-0.388680	0.6992
X2	-0.007990	0.021391	-0.373549	0.7104

Sumber: Eviews12, 2023

Nilai probabilitas dari setiap variabel lebih besar dari alpha 0,05. Dimana nilai probabilitas dari variabel zakat sebesar 0.6992, dan nilai probabilitas variabel investasi sebesar 0.7104. dengan hasil tersebut, maka dapat diambil kesimpulan bahwa model regresi pada penelitian ini terbebas dari masalah heterokedastisitas.

Pembahasan

Pengaruh Zakat Terhadap Pertumbuhan Ekonomi

Hasil penelitian menunjukkan meskipun zakat memiliki dampak yang kurang besar atau signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Jawa Timur, namun zakat tetap memiliki hubungan yang menguntungkan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Raka (2021) dimana dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa secara parsial zakat menunjukkan kontribusi yang kurang signifikan namun berpengaruh positif. Diharapkan pemerintah Indonesia mendorong organisasi pengelola zakat untuk lebih meningkatkan performanya agar dapat memperdayakan zakat semaksimal mungkin, sehingga akan mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat terutama mustahik. Zakat merupakan instrumen ekonomi islam yang bisa dimanfaatkan sebagai salah satu solusi dalam mengentaskan kemiskinan dan mengurangi kesenjangan ekonomi dalam masyarakat.

Hal ini berlawanan dengan teori Maudidi (1941) dimana zakat memberikan pengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi dengan meningkatkan konsumsi dan investasi. Dengan begitu perlu adanya peran pemerintah dan lembaga-lembaga zakat untuk memastikan bahwa pengelolaan zakat dilakukan secara transparan dan efektif agar kedepan mampu memberikan kontribusi yang positif terhadap pertumbuhan ekonomi.

Pengaruh Investasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di Jawa Timur. Hal tersebut selaras dengan penelitian Puspasari Windy (2018) dimana dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa investasi (PMA dan PMDN) memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada periode 2012-2016.

Dalam teori Adam Smith disebutkan bahwa ada empat faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi, salah satunya adalah stok modal. Modal memiliki peranan penting yang menjadi penentu cepat lambatnya laju pertumbuhan ekonomi suatu negara. Modal dapat diperoleh dari tabungan yang dilakukan oleh masyarakat, sehingga pelaku ekonomi dapat melakukan investasi ke sektor riil dengan tabungan masyarakat tersebut dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan negara. Selain itu teori Harrod-Domar mengatakan bahwa pembentukan modal dianggap sebagai pengeluaran yang akan menambah permintaan kebutuhan masyarakat.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terkait pengaruh zakat dan investasi terhadap pertumbuhan ekonomi di Jawa Timur dapat disimpulkan bahwa Zakat tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di Provinsi Jawa Timur pada tahun 2016-2020. Hal tersebut disebabkan oleh banyak faktor salah satunya adalah kesadaran untuk melaksanakan zakat di masyarakat masih kurang. Hal tersebut tentu bisa dicarikan solusi-solusi dan berbagai kebijakan yang nantinya akan memberikan dampak baik terhadap keberlangsungan zakat di Jawa Timur. Sedangkan investasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di Provinsi Jawa Timur tahun 2016-2020. Hal tersebut tentu harus ditingkatkan agar dapat memberikan pengaruh tak hanya secara regional namun juga secara nasional.

Saran

Berdasarkan hasil analisis pembahasan yang sudah dijelaskan dan dihubungkan dengan kesimpulan, maka yang dapat adalah pemerintah dalam hal ini adalah Lembaga- lembaga pengelola zakat agar lebih baik dalam mengelola dan mengatur dana ZIS yang telah diterima, dan mengoptimalkan kinerjanya. Nantinya dana tersebut akan diberikan kepada mereka yang benar-benar membutuhkan dan dapat dimanfaatkan untuk digunakan sebagai modal. Selain itu investasi dapat dioptimalkan perannya dalam peningkatan perekonomian wilayah. Pemerintah dapat membuat berbagai strategi-strategi dan kebijakan-kebijakan yang efektif untuk diterapkan pada Provinsi-provinsi di Indonesia. dengan itu diharapkan bisa menjadi gebrakan baru untuk mengajak investor- investor menanamkan modalnya di Indonesia khususnya provinsi Jawa Timur agar dapat meningkatkan perekonomiannya.

REFERENSI

- Al-Khalidi, S. A. (2016). *Mudah Tafsir Ibnu Katsir Jilid 1 Shahih, Sistematis, Lengkap*. Jakarta Timur: Maghrifah Pustaka.
- Arif, M. (2018). *Pengaruh Pengangguran Dan Kemiskinan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Provinsi Gorontalo*. Gorontalo: Universitas Gorontalo.
- Astuti, P. W. (2018). Analisis Pengaruh Investasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi (Studi Pada 33 Provinsi Di Indonesia).
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Laju Pertumbuhan PDRB per Kapita Atas Dasar Harga Konstan 2010 Menurut Kabupaten/Kota 2017-2021*. Jawa Timur.
- Badan Koordinasi Penanaman Modal. 2018. *www.NSWI.BKPM.go.id*.
- Badriah, U. M. (2021). Pengaruh Dana Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) dan Inflasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Periode 2010-2019. *Jurnal Steirisalah*, 1, 21-31.
- Bareksa. (2019). *Apa Saja Keunggulan Reksadana Syariah Dibanding Konvensional?* Bareksa.
- BAZNAS. (2017). *Statistik Zakat Nasional*. Jakarta: BAZNAS.
- BAZNAS. (2020). *Statistik Zakat Nasional 2019*. Jakarta: BAZNAS-Sub Divisi Pelaporan.
- Beik, I. S. (2019). *Ekonomi Pembangunan Syariah*. Depok: Rajawali Pers. Deliarnov. (2016). *PERKEMBANGAN PEMIKIRAN EKONOMI*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Faroh, N. (2016). *Pengaruh Saham Syariah, Sukuk Dan Saham Syariah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Nasional (Tahun 2008-2015)*. IAIN Tulungagung.
- Gujarati, D., & Dawn Porter, D. (2012). *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Jakarta: Salemba Empat.
- Juhro, M. S. (2019). *Keuangan Publik dan Sosial Islam Teori Dan Praktik*. Depok: Rajawali Pers.
- Kahf, Monzer. (1992). "A Contribution To The Theory Of Consumer Behavior In Islamic Society." . *Readings in Microeconomics: An Islamic Perspective*. Longnam Malaysia.
- Machfudz, M., & M, N. (2016). *Teori Ekonomi Makro*. UIN Maliki Press.
- Mannan, M. (1991). *Islamic Economics: Theory and Practice*. Pakistan: Ashraf Printing Press, and Publisher.
- Metwally, M. (1996). *Attitude of Muslims Towards Islamic Banks in a Dual- Banking System*. *American Journal of Islamic Finance*, 6, 11-17.
- Muhammad. (2016). *Manajemen Keuangan Syariah*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Novita. (2021). Pengaruh Investasi Terhadap Pertumbuhan Dan Pembangunan Ekonomi.
- Pradana, R. A. (2021). *Analisis Peran Dana Zakat Infak Sedekah (ZIS) dan Investasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Tahun 2016- 2020*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.



FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH MENGUNAKAN APLIKASI BMT NU-QIMAH DENGAN MODEL TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)

Wakik Isnani*

Ekonomi Syariah, Universitas Jember, Jember, Indonesia

Rochmatulloh Alaika

Ekonomi Syariah, Universitas Jember, Jember, Indonesia

*Corresponding author, email: isnaniwakik@gmail.com

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of finding out what factors can influence customer interest in using the BMT NU-Q application, so this research tries to identify using a technology acceptance model, namely the Technology Acceptance Model by selecting the variables ease of use, usefulness, security and promotion in influencing customer interest in using the BMT NU-Q application. This study uses a quantitative approach. The population in this research is the BMT NU Cermee Branch customers who use the BMT NU-Q application, namely 184 customers, while the sample was determined at 114 respondents. The data source in this research is primary data. The data analysis method used is multiple linear regression analysis. The results of this research indicate that partially ease of use does not have a significant effect on customer interest in using the BMT NU-Q application. Usefulness has a significant effect on customer interest in using the BMT NU-Q application. Security also has a significant effect on customer interest in using the BMT NU-Q application. And promotions also have a significant effect on customer interest in using the BMT NU-Q application. Meanwhile, simultaneously ease of use, usefulness, security and promotion have a significant effect on customer interest in using the BMT NU-Q application.

Keywords: *Ease of Use, Usefulness, Security, Promotion, Customer Interest.*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat nasabah menggunakan aplikasi BMT NU-Q, maka penelitian ini mencoba mengidentifikasi dengan menggunakan model penerimaan teknologi yaitu Technology Acceptance Model dengan memilih variabel kemudahan penggunaan, kebermanfaatan, keamanan dan promosi dalam mempengaruhi minat nasabah menggunakan aplikasi BMT NU-Q. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu nasabah BMT NU Cabang Cermee yang menggunakan aplikasi BMT NU-Q yaitu sebanyak 184 nasabah, sedangkan sampel ditetapkan sebanyak 114 responden. Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi BMT NU-Q. Kebermanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi BMT NU-Q. Keamanan juga berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi BMT NU-Q. Serta promosi juga berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi BMT NU-Q. sedangkan secara simultan kemudahan penggunaan, kebermanfaatan, keamanan dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi BMT NU-Q.

Kata Kunci: *Kemudahan Penggunaan, Kebermanfaatan, Keamanan, Promosi, Minat Nasabah.*

PENDAHULUAN

Lembaga keuangan syariah melakukan strategi pengembangan yang mengarah kepada peningkatan persaingan usaha yang hampir setara dengan lembaga keuangan konvensional (Nurdin *et al.*, 2021). Pengembangan yang bisa dirasakan salah satunya adalah pemanfaatan teknologi yang dapat mendukung kegiatan transaksi berupa layanan aplikasi *mobile* atau secara sederhana diartikan sebagai aktivitas keuangan melalui jaringan internet. Jika teknologi tersebut dikembangkan dan diterapkan dengan benar maka akan memberikan pelayanan yang lebih efisien, fleksibel, lebih mudah dan

sederhana. Oleh karena itu, tentunya lembaga keuangan baik yang syariah maupun konvensional saling berupaya untuk memberikan pelayanan terbaik kepada para nasabahnya (Kurniawati *et al.*, 2017).

Lembaga keuangan syariah umumnya memberikan pelayanan jasa yang berbeda dengan lembaga keuangan konvensional yaitu menggunakan karakteristik syariah yakni akad yang digunakan sesuai dengan aturan Islam (Anam *et al.*, 2023). Pelayanan yang diberikan lembaga keuangan syariah salah satunya berupa layanan *Mobile Banking (M-Banking)*, dimana penggunaannya dapat melakukan transaksi setiap saat tanpa harus datang langsung ke lembaga yang bersangkutan. Selain itu terdapat juga layanan aplikasi *mobile* berupa *Electronic Money (E-Money)* yang menawarkan layanan untuk melakukan transaksi seperti mengirim sejumlah uang (transfer) ataupun membayar berbagai tagihan dengan mudah menggunakan teknologi seluler berbasis teknologi internet (Rahayu, 2015).

Penggunaan *E-Money* menyebabkan tidak adanya kontak secara fisik antara karyawan lembaga keuangan dengan nasabah, sehingga lembaga keuangan dapat meningkatkan pelayanan terhadap nasabahnya dengan memberikan kemudahan dan informasi dengan cepat, efektif dan efisien dalam bertransaksi. Dalam konteks lembaga keuangan syariah, transaksi melalui *E-Money* yang dimaksud adalah transaksi yang tidak mengandung unsur riba. Umumnya setiap aplikasi *mobile* mengharuskan penggunaannya membayar biaya administrasi atas kegiatan transaksi yang akan dilakukan. Biaya administrasi tidak dikategorikan riba apabila perhitungannya didasarkan pada jumlah biaya yang dikeluarkan pada saat melakukan suatu transaksi. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT yang telah melarang perbuatan riba dalam QS. Ali- 'Imran ayat 130 sebagai berikut:

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung” (QS. Ali-‘Imran:130).

Penggunaan *E-Money* di Indonesia secara hukum telah disahkan dalam Peraturan Bank Indonesia No.11/12/PBI/2009 tentang uang elektronik serta dalam Surat Edaran Bank Indonesia No.11/11/DASP perihal uang elektronik. Inovasi lembaga keuangan melalui teknologi internet seperti *E-Money* diharapkan dapat mengurangi biaya transaksi serta antri di tempat. Manfaat alat pembayaran tanpa uang tunai terhadap perekonomian, yaitu semakin bertambahnya tingkat kepuasan konsumen dikarenakan berkurangnya biaya transaksi, penyedia jasa pembayaran tanpa uang tunai memperoleh sumber pendapatan, kecepatan proses transaksi, kesejahteraan dan perekonomian yang meningkat (Yazid & Suryanto, 2016).

Terdapat banyak lembaga keuangan di Indonesia yang menawarkan layanan kepada nasabahnya untuk memudahkan dalam melakukan transaksi. Salah satunya yaitu lembaga koperasi syariah BMT NU Jawa Timur dengan produk uang elektronik (*E-Money*) berupa aplikasi *mobile* BMT NU-Qimah (BMT NU-Q) yang memberikan fitur-fitur berupa transfer, pembayaran tagihan, angsuran dan lain sebagainya. BMT NU Cabang Cermee merupakan salah satu kantor cabang BMT NU yang berada di kecamatan Cermee kabupaten Bondowoso. Sejak awal berdirinya, BMT NU Cabang Cermee menunjukkan performa yang baik sehingga berhasil meraih beberapa penghargaan. Diantaranya yaitu meraih penghargaan sebagai cabang terbaik se Area Kabupaten Bondowoso pada RAT tahun 2019 dan 2020 serta meraih penghargaan sebagai cabang berprestasi di ajang BMT NU Award 2019-2020. BMT NU Cabang Cermee memiliki total 4240 penabung sejak 2018 sampai 2022. Namun dari jumlah tersebut, penabung yang menggunakan aplikasi BMT NU-Q hanya berjumlah 184 orang atau sebesar 3,5%. Dengan performa yang baik, seharusnya BMT NU Cabang Cermee dapat meningkatkan jumlah pengguna aplikasi BMT NU-Q baik untuk melakukan transaksi sehari-hari maupun untuk mendukung keperluan bisnis dan lain sebagainya.

Penelitian yang dilakukan Kholid dan Soemarso (2019) menyimpulkan bahwa minat nasabah menggunakan E-banking pada Bank BNI Syariah KCP Magelang dipengaruhi oleh keamanan, kemudahan penggunaan, kepercayaan dan kebermanfaatannya. Sedangkan penelitian lain oleh Latief dan Dirwan (2020) menyatakan bahwa keputusan menggunakan uang digital dipengaruhi oleh faktor kemudahan, promosi, dan kemanfaatan. Kemudian penelitian lain oleh Asmy *et al* (2019) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan dan risiko mempengaruhi minat untuk menggunakan layanan *mobile banking* syariah.

Variabel yang akan digunakan sesuai dengan model penerimaan teknologi atau *Technology Acceptance Model (TAM)* yaitu kemudahan penggunaan dan kebermanfaatannya. Berdasarkan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penerimaan sistem teknologi maka peneliti juga menambahkan

variabel eksternal yaitu keamanan dan promosi yang dapat mempengaruhi minat nasabah menggunakan aplikasi BMT NU-Q pada BMT NU Cabang Cermee.

TINJAUAN PUSTAKA

Technology Acceptance Model

Model *Technology Acceptance Model* (TAM) diadopsi dan dikembangkan dari model *Theory of Reasoned Action* (TRA). *Technology Acceptance Model* (TAM) sendiri dikembangkan untuk menjelaskan perilaku seseorang terhadap penggunaan teknologi. Model TAM bertujuan untuk memberikan informasi mengenai faktor-faktor yang dapat menjadi pendorong sekaligus prediksi atas penerimaan perilaku seseorang terhadap adanya suatu sistem teknologi (Sayekti & Putarta, 2016).

Model TAM menggambarkan bagaimana tanggapan atau respon dari pengguna apabila terdapat suatu sistem teknologi baru. Pengambilan keputusan dalam penggunaan teknologi tersebut tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor. Dalam model TAM yang dikembangkan oleh Davis (1989) terdapat beberapa faktor yang menjadi penilaian yaitu variabel eksternal (*Eksternal Variables*), persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*), persepsi kebermanfaatan (*Perceived Usefulness*), dan niat perilaku untuk menggunakan (*Behavioral Intention to Use*). Sehingga dalam penelitian ini variabel eksternal yang ditambahkan yaitu variabel keamanan dan Promosi.

Kemudahan Penggunaan

Davis (1989) mendefinisikan kemudahan Penggunaan (*Perceived ease of use*) sebagai tingkat keyakinan bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras bagi penggunanya. Penggunaan yang mudah adalah kondisi ketika seseorang memberikan penilaian mengenai teknologi bahwa tidak membutuhkan kemampuan yang lebih saat menggunakannya. Apabila mudah menggunakan suatu teknologi, maka masyarakat cenderung tertarik untuk menggunakan sistem teknologi tersebut.

Kebermanfaatan

Kebermanfaatan (*Perceived usefulness*) menurut Davis (1989) merupakan keyakinan seseorang bahwa ketika menggunakan suatu sistem teknologi akan mendukung kinerja dan mempersingkat waktu yang dibutuhkan untuk suatu pekerjaan. Manfaat yang di dapat dari penggunaan suatu teknologi sesuai dengan tingkat kemampuan dalam mengoperasikan teknologi tersebut. Sehingga manfaat yang dapat dirasakan oleh tiap individu akan berbeda-beda tergantung dengan tujuan penggunaannya. Kebermanfaatan yang diperoleh seseorang dapat mempengaruhi sikap dan penilaian orang tersebut terhadap produk yang digunakan.

Keamanan

Menurut Tahar (2020) mengatakan bahwa teknologi dapat dikatakan baik untuk digunakan apabila sistemnya aman. Keamanan sistem teknologi adalah kemampuan yang dapat mencegah, mengatasi dan melindungi sistem informasi dari segala tindakan yang dapat merugikan. Rahardjo dalam Bakhtiar (2020) mengungkapkan bahwa keamanan adalah upaya yang dapat menghalangi penipuan (*cheating*) atau paling tidak dapat memeriksa adanya risiko penipuan. Sehingga keamanan dalam penggunaan teknologi berarti bahwa penggunaannya aman dan risiko pencurian (*hacking*) data atau informasi pribadi sangat kecil.

Promosi

Menurut Kotler dan Keller (2009) promosi merupakan semua jenis kegiatan yang melibatkan komunikasi untuk memberitahukan (*to inform*), mengajak (*to persuade*), dan mengingatkan (*to remind*) tentang *Output* berupa barang atau jasa individu, kelompok maupun keluarga kepada target sasaran.

Minat Nasabah

Menurut Komarudin minat merupakan suatu rasa ketertarikan atau rasa lebih suka pada saat memutuskan apa yang akan dilakukannya (Sapriyiah & Suselo, 2022). Minat dikaitkan dengan perasaan tertarik atau suka terhadap sesuatu objek. Minat pada dasarnya adalah rasa terima atau setuju akan suatu jalinan antara diri sendiri terhadap sesuatu dari eksternal. Sedangkan nasabah adalah

konsumen yang menjadi objek penyedia dan sasaran dana berupa tabungan dan pinjaman dalam proses transaksi barang dan jasa (Kusuma et al., 2023).

METODE

Rancangan atau Desain Penelitian

Berdasarkan latar belakang serta rumusan masalah yang sudah ada maka penelitian ini termasuk dalam *Explanatory research* yaitu penelitian yang menjelaskan mengenai hubungan sebab akibat antara masing-masing variabel melalui pengujian hipotesis. Penelitian ini ditujukan untuk menemukan hubungan antara variabel kemudahan penggunaan, kebermanfaatan, keamanan dan promosi terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi BMT NU-Q.

Populasi dan Sampel

Populasi

Menurut Sugiyono (2017) populasi adalah bagian general berupa objek atau subjek berkarakteristik tertentu yang ditetapkan untuk diamati dan disimpulkan. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh nasabah BMT NU Cabang Cermee yang menggunakan aplikasi BMT NU-Q yaitu sebanyak 184 orang nasabah.

Sampel

Sampel menurut Malhotra (2020) menyatakan bahwa sampel merupakan turunan dari bagian populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam suatu penelitian. Ferdinand (2014) menyatakan bahwa estimasi parameter untuk ukuran sampel minimum adalah 5 dan maksimum 10. Indikator yang digunakan dikali 5-10 untuk mendapatkan jumlah sampel yang ideal dan representatif. Dalam penelitian ini, indikator variabel yaitu sebanyak 19 indikator. Maka jumlah sampel dalam penelitian ini dapat ditentukan dengan rumus:

$$\text{Jumlah indikator} \times 6 = 19 \times 6 = 114 \text{ orang.}$$

Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah *Probability Sampling* dengan cara *Simple Random Sampling* yaitu diambil secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi dikarenakan sifatnya yang representatif atau dapat mewakili populasi dan dapat digeneralisasi terhadap seluruh populasi.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian lapangan (*field research*), dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang pengumpulan datanya berupa angka-angka ukuran dan dihitung menggunakan analisis statistik (Mukhid, 2021). Sedangkan sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh secara langsung dari sumber asli. Data primer dikumpulkan dari hasil jawaban pada kuesioner yang dibagikan kepada nasabah BMT NU Cabang Cermee pengguna aplikasi BMT NU-Q.

Identifikasi Variabel

Dalam model TAM yang dikembangkan oleh Davis (1989) terdapat beberapa faktor yang menjadi penilaian yaitu variabel eksternal (*Eksternal Variables*), persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*), persepsi kebermanfaatan (*Perceived Usefulness*), dan niat perilaku untuk menggunakan (*Behavioral Intention to Use*). Davis (1989) mendefinisikan kemudahan Penggunaan (*Perceived ease of use*) sebagai tingkat keyakinan bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras bagi penggunaannya. Sedangkan kebermanfaatan (*Perceived usefulness*) menurut Davis (1989) merupakan keyakinan seseorang bahwa ketika menggunakan suatu sistem teknologi akan mendukung kinerja dan mempersingkat waktu yang dibutuhkan untuk suatu pekerjaan.

Selain itu terdapat variabel eksternal yang digunakan yaitu keamanan dan promosi. Rahardjo dalam Bakhtiar (2020) mengungkapkan bahwa keamanan adalah upaya yang dapat menghalangi penipuan (*cheating*) atau paling tidak dapat memeriksa adanya risiko penipuan. Sehingga keamanan dalam penggunaan teknologi berarti bahwa penggunaannya aman dan risiko pencurian (*hacking*) data atau informasi pribadi sangat kecil. Sedangkan promosi menurut Kotler dan Keller (2009) merupakan semua jenis kegiatan yang melibatkan komunikasi untuk memberitahukan (*to inform*), mengajak (*to*

persuade), dan mengingatkan (*to remind*) tentang *Output* berupa barang atau jasa individu, kelompok maupun keluarga kepada target sasaran.

Model TAM menggambarkan bagaimana tanggapan atau respon dari pengguna apabila terdapat suatu sistem teknologi baru. Niat perilaku untuk menggunakan (*Behavioral Intention to Use*) dikaitkan dengan minat nasabah. Minat merupakan suatu rasa ketertarikan atau rasa lebih suka pada saat memutuskan apa yang akan dilakukannya (Sapriyah & Suselo, 2022). Minat dikaitkan dengan perasaan tertarik atau suka terhadap sesuatu objek. Minat pada dasarnya adalah rasa terima atau setuju akan suatu jalinan antara diri sendiri terhadap sesuatu dari eksternal. Sedangkan nasabah adalah konsumen yang menjadi objek penyedia dan sasaran dana berupa tabungan dan pinjaman dalam proses transaksi barang dan jasa.

Oleh karena itu, maka variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat, yaitu:

a. Variabel Bebas

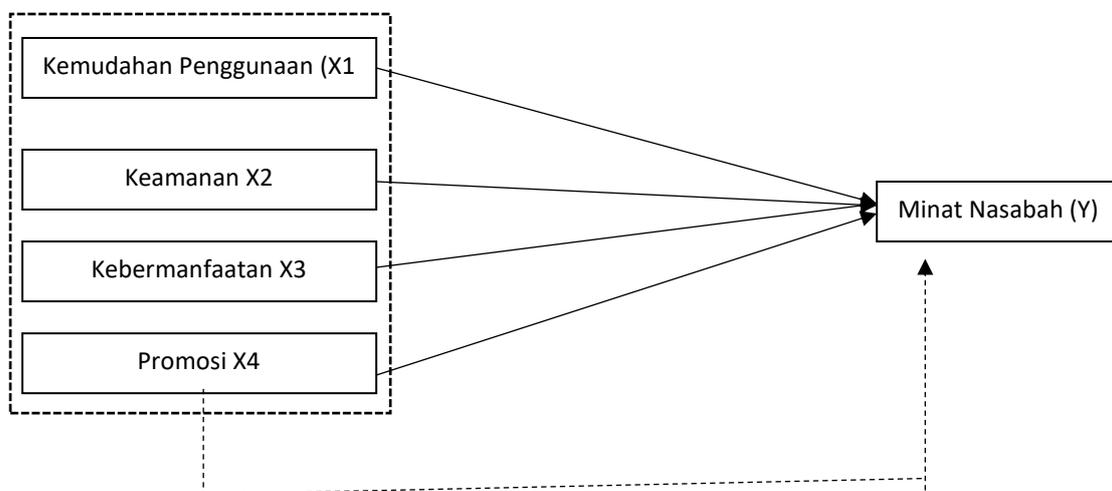
1. Kemudahan penggunaan (X1)
2. Kebermanfaatan (X2)
3. Keamanan (X3)
4. Promosi (X4)

b. Variabel terikat

Variabel terikat pada penelitian ini yaitu minat menggunakan aplikasi BMT NU-Q (Y).

Hubungan Antar Variabel

Penelitian ini mengidentifikasi bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan, kebermanfaatan, keamanan dan promosi terhadap minat menggunakan aplikasi BMT NU-Q pada nasabah BMT NU Cabang Cermee. Sehingga kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Hipotesis Penelitian

Hipotesis menurut Sugiyono (2017) adalah jawaban sementara yang diajukan berdasarkan rumusan masalah penelitian yang didasarkan pada teori relevan dan belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh pada saat pengumpulan data. Hipotesis dalam penelitian ini yakni sebagai berikut.

1. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi BMT NU-Q

Menurut penelitian dengan judul “Pengaruh Efisiensi, Keamanan dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Layanan *M-Banking*” yang dilakukan oleh Tobuhu et al (2022) mengungkapkan bahwa ada pengaruh signifikan antara kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan mobile banking. Dijelaskan bahwa kemudahan dapat menstimulus individu untuk menerima dan tertarik menggunakan sistem tersebut.

Oleh karena itu, maka hipotesis yang diajukan yaitu sebagai berikut :

H1: Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi BMT NU-Q.

2. Pengaruh Kebermanfaatan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi BMT NU-Q

Penelitian berjudul “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Kemudahan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*” yang dilakukan oleh Yudin (2021) memperoleh hasil bahwa manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Dijelaskan bahwa manfaat dari penggunaan teknologi menyebabkan seseorang berminat untuk menggunakan teknologi tersebut.

Oleh karena itu, maka hipotesis yang diajukan yaitu sebagai berikut:

H2: Kebermanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi BMT NU-Q.

3. Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi BMT NU-Q

Bakhtiar et al (2020) melakukan penelitian berjudul “Faktor-Faktor Pengaruh Minat Nasabah Pengguna *Internet Banking* Bank Syariah Mandiri” yang menyatakan bahwa keamanan adalah perlindungan data diri konsumen dari pencurian dan tindak penipuan. Sehingga diperoleh hasil bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *Internet Banking*.

Oleh karena itu, maka hipotesis yang diajukan yaitu sebagai berikut:

H3: Keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi BMT NU-Q.

4. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi BMT NU-Q

Penelitian Prasanti (2021) dengan judul “Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Layanan *E-Money*” menyatakan hasil bahwa promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat memakai layanan *E-Money*. Dijelaskan bahwa kegiatan promosi dapat menarik konsumen agar berminat memakai suatu produk.

Oleh karena itu, maka hipotesis yang diajukan yaitu sebagai berikut:

H4 : Promosi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi BMT NU-Q.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Aplikasi mobile BMT NU-Q merupakan produk uang elektronik (*E-Money*) BMT NU yang resmi digunakan pada tahun 2019. Awalnya aplikasi BMT NU-Q hanya digunakan oleh pengelola BMT NU sendiri, hingga kemudian mulai dikenalkan kepada nasabah BMT NU agar dapat mempermudah dalam mengakses tabungan dan melakukan transaksi. Adanya aplikasi BMT NU-Q diharapkan secara khusus dapat melayani nasabah dan masyarakat pada umumnya yang berkepentingan untuk melakukan pembayaran tagihan listrik, telepon, internet, pembelian pulsa, BPJS, dan PDAM melalui KSPPS BMT NU Jawa Timur dengan pola pembayaran non tunai.

Penelitian ini dilakukan pada 114 nasabah yang menggunakan aplikasi BMT NU-Q yang dikelompokkan berdasarkan karakteristik jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, penghasilan dan lama penggunaan aplikasi BMT NU-Q. Berdasarkan karakteristik jenis kelamin, nasabah yang menjadi responden mayoritas adalah perempuan. Berdasarkan karakteristik usia, nasabah yang menjadi responden mayoritas berusia 18-25 tahun. Berdasarkan karakteristik tingkat pendidikan, nasabah yang menjadi responden mayoritas berlatar pendidikan SMA/Sederajat. Berdasarkan karakteristik pekerjaan, nasabah yang menjadi responden mayoritas bekerja sebagai wirausaha. Berdasarkan karakteristik penghasilan, nasabah yang menjadi responden mayoritas memperoleh penghasilan Rp.500.000-Rp.1.500.000 per bulan. Terakhir yaitu berdasarkan karakteristik lama penggunaan, nasabah yang menjadi responden mayoritas telah menggunakan aplikasi BMT NU-Q selama 2 tahun.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan alat guna mencari tahu besaran nilai antara beberapa variabel bebas terhadap satu variabel terikat (Ghozali, 2018). Hasil analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	3,279	1,583
Kemudahan Penggunaan (X1)	0,161	0,131
Kebermanfaatan (X2)	0,283	0,119
Keamanan (X3)	0,461	0,112
Promosi (X4)	0,375	0,089

Sumber: Data diolah, 2023.

Hasil analisis regresi linier berganda yaitu diperoleh hasil koefisien regresi untuk variabel kemudahan penggunaan (X1) sebesar 0,161, variabel kebermanfaatan (X2) sebesar 0,283, variabel keamanan (X3) sebesar 0,461, dan variabel promosi (X4) sebesar 0,375. Adapun persamaan regresi linier berganda pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

$$Y = 3,279 + 0,161 X_1 + 0,283 X_2 + 0,461 X_3 + 0,375 X_4 + e$$

Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa besar satu variabel bebas mempengaruhi variabel terikat (Ghozali, 2016). Hasil uji t pada masing-masing variabel dengan pengambilan keputusan yang mengacu pada ketentuan diatas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji t

Model	Uji t	
	t	Sig.
(Constant)	2,071	0,041
Kemudahan Penggunaan (X1)	1,234	0,220
Kebermanfaatan (X2)	2,376	0,019
Keamanan (X3)	4,134	0,000
Promosi (X4)	4,231	0,000

Sumber: Data diolah, 2023.

Tabel 2 menunjukkan bahwa besar pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai berikut:

1. Hasil uji t pada variabel kemudahan penggunaan (X1) terhadap minat (Y) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,220 atau $>0,05$ yang menunjukkan bahwa H1 ditolak. Artinya variabel kemudahan penggunaan (X1) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat (Y).
2. Hasil uji t pada variabel kebermanfaatan (X2) terhadap minat (Y) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,019 atau $<0,05$ yang menunjukkan bahwa H2 diterima. Artinya variabel kebermanfaatan (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat (Y).
3. Hasil uji t pada variabel keamanan (X3) terhadap minat (Y) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 atau $<0,05$ yang menunjukkan bahwa H3 diterima. Artinya variabel keamanan (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat (Y).
4. Hasil uji t pada variabel promosi (X4) terhadap minat (Y) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 atau $<0,05$ yang menunjukkan bahwa H4 diterima. Artinya variabel promosi (X4) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat (Y).

Pembahasan

Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi BMT NU-Q

Hasil penelitian menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan dari variabel kemudahan penggunaan terhadap variabel minat. Hal tersebut dikarenakan pada hasil pengujian hipotesis yakni pada uji t, variabel kemudahan penggunaan memiliki nilai signifikansi $>0,05$ yakni sebesar 0,220. Kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah BMT NU Cabang Cermee dalam menggunakan aplikasi BMT NU-Q.

Indikator pertama dari variabel kemudahan penggunaan yaitu sangat mudah dipelajari, dengan pernyataan X1.1 yang menyatakan bahwa saya dapat mempelajari penggunaan aplikasi BMT NU-Q dengan mudah menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, mereka merasa bahwa penggunaan aplikasi BMT NU-Q dapat dipelajari dengan mudah. Aplikasi BMT NU-Q tidak memerlukan usaha yang keras dari penggunanya untuk dapat memahami bagaimana cara mengoperasikan aplikasi BMT NU-Q tersebut.

Indikator kedua yaitu mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan penggunanya, dengan pernyataan X1.2 yang menyatakan bahwa saya merasa BMT NU-Q dapat menyelesaikan transaksi yang diinginkan dengan mudah menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, mereka merasa bahwa aplikasi BMT NU-Q dapat menyelesaikan transaksi yang diinginkan dengan mudah. Aplikasi BMT NU-Q dapat dengan mudah menyelesaikan sesuatu sesuai yang diinginkan penggunanya termasuk pada saat ingin melakukan transaksi.

Indikator ketiga yaitu meningkatkan kemampuan penggunanya, dengan pernyataan yang menyatakan bahwa saya merasa keterampilan saya bertambah saat menggunakan aplikasi BMT NU-Q. Hasil penelitian dari indikator ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, mereka merasa bahwa keterampilannya bertambah saat menggunakan aplikasi BMT NU-Q. Apabila pengguna sering menggunakan aplikasi BMT NU-Q, maka keterampilannya akan semakin meningkat dalam mengoperasikan aplikasi tersebut terutama dalam menjalankan berbagai fitur yang ada di dalam aplikasi BMT NU-Q

Indikator keempat yaitu mudah dioperasikan, dengan pernyataan X1.3 yang menyatakan bahwa saya merasa aplikasi BMT NU-Q mudah dioperasikan. Hasil penelitian dari indikator ini menunjukkan mayoritas responden menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, mereka merasa bahwa aplikasi BMT NU-Q mudah dioperasikan. Aplikasi BMT NU-Q dapat dikatakan mudah dioperasikan apabila penggunanya hampir tidak pernah mengalami kesulitan pada saat menggunakan fitur-fitur yang ada dalam aplikais tersebut.

Berdasarkan uraian dari hasil penelitian di atas, hal tersebut sesuai dengan model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjelaskan terkait pengambilan keputusan dalam penggunaan suatu teknologi yang dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya yakni faktor kemudahan penggunaan. Menurut Davis (1989) kemudahan penggunaan merupakan kondisi pada saat menggunakan suatu teknologi adalah hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras bagi penggunanya. Penelitian yang dilakukan oleh Atieq dan Nurpiani (2022) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat. Oleh karena itu, penelitian ini tetap relevan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat.

Pengaruh Kebermanfaatan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi BMT NU-Q

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh signifikan dari variabel kebermanfaatan terhadap variabel minat. Hal tersebut dikarenakan pada hasil pengujian hipotesis yakni pada uji t, variabel kebermanfaatan memiliki nilai signifikansi $<0,05$ yakni sebesar 0,019. Oleh karena itu, maka H2 pada penelitian ini yaitu kebermanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah BMT NU Cabang Cermee dalam menggunakan aplikasi BMT NU-Q.

Indikator pertama dari variabel kebermanfaatan yaitu lebih mudah digunakan, dengan pernyataan yang menyatakan bahwa saya dapat melakukan transaksi dengan lebih mudah menggunakan aplikasi BMT NU-Q. Hasil penelitian dari indikator ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, mereka merasa bahwa aplikasi BMT NU-Q memberikan kemudahan dalam menyelesaikan transaksi yang diinginkan. Dengan menggunakan aplikasi BMT NU-Q, penggunanya dapat dengan mudah melakukan transaksi tanpa harus datang ke kantor cabang BMT NU.

Indikator kedua yaitu menambah wawasan dan pengetahuan, dengan pernyataan yang menyatakan bahwa saya merasa menggunakan aplikasi BMT NU-Q dapat menambah pengetahuan dan wawasan dalam melakukan transaksi. Hasil penelitian pada indikator ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, mereka merasa bahwa penggunaan aplikasi BMT NU-Q berdampak pada peningkatan pengetahuan dan wawasannya terutama dalam hal penggunaan aplikasi mobile dalam bentuk *Electronic Money* (E-Money) seperti BMT NU-Q untuk melakukan transaksi yang bersifat non tunai.

Indikator ketiga yaitu mempercepat waktu pengguna, dengan pernyataan yang menyatakan bahwa saya merasa saat melakukan transaksi menggunakan aplikasi BMT NU-Q tidak membutuhkan waktu yang lama. Hasil penelitian dari indikator ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, mereka merasa bahwa pada saat menggunakan aplikasi BMT NU-Q untuk melakukan transaksi dapat diproses dengan cepat. Penggunaan aplikasi BMT NU-Q dapat membantu penggunaannya untuk melakukan transaksi yang diinginkan dengan lebih efektif dan efisien.

Indikator keempat yaitu mendorong kinerja pengguna, dengan pernyataan yang menyatakan bahwa saya merasa layanan aplikasi BMT NU-Q bermanfaat dalam pekerjaan saya. Hasil penelitian dari indikator ini menunjukkan mayoritas responden menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, mereka merasa bahwa aplikasi BMT NU-Q bermanfaat dalam pekerjaannya. Aplikasi BMT NU-Q dapat dikatakan bermanfaat apabila dapat meningkatkan kinerja penggunanya dan membantu dalam pekerjaannya.

Berdasarkan uraian dari hasil penelitian di atas, hal tersebut sesuai dengan model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjelaskan terkait pengambilan keputusan dalam penggunaan suatu teknologi yang dipengaruhi oleh beberapa faktor. Selain faktor kemudahan penggunaan, terdapat juga faktor kebermanfaatan yang dapat menentukan minat penggunaan suatu sistem teknologi. Menurut Davis (1989) kebermanfaatan merupakan kondisi ketika menggunakan aplikasi BMT NU-Q dapat mendorong kinerja dan mempersingkat waktu yang dibutuhkan dalam menyelesaikan suatu pekerjaan. Penelitian yang dilakukan oleh Latief dan Dirwan (2020) serta Marisa (2020) menunjukkan hasil bahwa kebermanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat. Sehingga penelitian ini relevan dengan penelitian terdahulu, yakni kebermanfaatan menjadi faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan aplikasi BMT NU-Q.

Pengaruh Keamanan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi BMT NU-Q

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh signifikan dari variabel keamanan terhadap variabel minat. Hal tersebut dikarenakan pada hasil pengujian hipotesis yakni pada uji t, variabel keamanan memiliki nilai signifikansi $<0,05$ yakni sebesar 0,000. Oleh karena itu, maka H3 pada penelitian ini yaitu variabel keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah BMT NU Cabang Cermee dalam menggunakan aplikasi BMT NU-Q.

Indikator pertama dari variabel keamanan yaitu keamanan sistem yang digunakan, dengan pernyataan yang menyatakan bahwa saya aplikasi BMT NU-Q aman untuk digunakan. Hasil penelitian dari indikator ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, mereka merasa bahwa aplikasi BMT NU-Q secara keseluruhan aman untuk digunakan dan tidak berdampak negatif atau membahayakan perangkat maupun penggunanya.

Indikator kedua yaitu keamanan layanan yang digunakan, dengan pernyataan yang menyatakan bahwa saya merasa menggunakan aplikasi BMT NU-Q dijamin aman karena transaksi dilakukan sendiri. Hasil penelitian pada indikator ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, mereka merasa bahwa penggunaan aplikasi BMT NU-Q dijamin aman untuk melakukan transaksi karena layanan atau fitur yang ada di dalam aplikasi dapat digunakan dengan aman.

Indikator ketiga yaitu informasi pengguna dijamin dan dilindungi, dengan pernyataan yang menyatakan bahwa saya merasa informasi saya dalam aplikasi BMT NU-Q terjaga kerahasiaannya. Hasil penelitian dari indikator ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, mereka merasa bahwa informasi pribadinya dalam aplikasi BMT NU-Q terjaga kerahasiaannya seperti nominal saldo tabungan dan angsuran yang tidak dapat diketahui oleh orang lain.

Indikator keempat yaitu informasi pengguna tidak disalahgunakan, dengan pernyataan yang menyatakan bahwa saya merasa informasi pribadi saya dalam aplikasi BMT NU-Q tidak akan disalahgunakan. Hasil penelitian dari indikator ini menunjukkan mayoritas responden menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, mereka merasa bahwa informasi pribadinya dalam aplikasi BMT NU-Q tidak akan disalahgunakan sehingga risiko terjadinya pencurian data dan modus penipuan rendah.

Berdasarkan uraian diatas, hal tersebut sesuai dengan pendapat Desmayanti dalam Tahar (2020) yang menyatakan bahwa teknologi baik untuk digunakan apabila sistem keamanannya kuat. Keamanan dalam penggunaan teknologi berarti bahwa penggunaannya aman dari segala tindakan yang dapat merugikan serta risiko pencurian data atau informasi pribadi. Penelitian yang dilakukan oleh Kholid dan Soemarso (2019) serta Tobuhu et al (2022) menunjukkan hasil bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat. Sehingga penelitian ini relevan dengan penelitian terdahulu, yakni variabel keamanan menjadi faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan aplikasi BMT NU-Q.

Pengaruh Promosi terhadap Minat Menggunakan Aplikasi BMT NU-Q

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh signifikan dari variabel promosi terhadap variabel minat. Hal tersebut dikarenakan pada hasil pengujian hipotesis yakni pada uji t, variabel promosi memiliki nilai signifikansi $<0,05$ yakni sebesar 0,000. Oleh karena itu, maka H4 pada penelitian ini yaitu variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah BMT NU Cabang Cermee dalam menggunakan aplikasi BMT NU-Q.

Indikator pertama dari variabel promosi yaitu pemasangan iklan, dengan pernyataan yang menyatakan bahwa saya tertarik menggunakan aplikasi BMT NU-Q karena melihat sponsor atau iklan berbayar (Iklan yang ditayangkan di TV/Youtube/Instagram/dll). Hasil penelitian dari indikator ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, mereka merasa tertarik menggunakan aplikasi BMT NU-Q karena melihat sponsor atau iklan berbayar. Iklan tersebut dibuat khusus untuk menyampaikan informasi terkait aplikasi BMT NU-Q dan ditayangkan pada media yang ditayangkan oleh sponsor.

Indikator kedua yaitu penjualan perorangan, dengan pernyataan yang menyatakan bahwa saya tertarik menggunakan aplikasi BMT NU-Q karena dikenalkan atau dipromosikan langsung oleh petugas BMT NU. Hasil penelitian pada indikator ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, mereka merasa tertarik menggunakan aplikasi BMT NU-Q karena informasi yang disampaikan oleh pihak BMT NU terkait aplikasi tersebut.

Indikator ketiga yaitu publikasi, dengan pernyataan yang menyatakan bahwa saya tertarik menggunakan aplikasi BMT NU-Q karena melihat sponsor atau iklan tidak berbayar (Iklan melalui media sosial seperti Whatsapp/Tiktok/Facebook/dll). Hasil penelitian dari indikator ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, mereka merasa tertarik menggunakan aplikasi BMT NU-Q melihat informasi terkait aplikasi BMT NU-Q yang diunggah melalui media sosial.

Indikator keempat yaitu pemasaran langsung, dengan pernyataan yang menyatakan bahwa saya tertarik menggunakan aplikasi BMT NU-Q karena dikenalkan atau dipromosikan pada suatu acara seperti pertunjukan atau peragaan. Hasil penelitian dari indikator ini menunjukkan mayoritas responden menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, mereka merasa tertarik menggunakan aplikasi BMT NU-Q karena mengetahui informasi terkait aplikasi tersebut yang disampaikan secara langsung pada sebuah acara.

Berdasarkan uraian hasil penelitian di atas, hal tersebut sesuai dengan pendapat Kotler dan Keller (2009) bahwa promosi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memberitahukan, mengajak dan mengingatkan tentang suatu produk atau jasa. Dalam hal ini promosi dilakukan oleh pihak BMT NU agar lebih banyak nasabah yang tertarik untuk menggunakan aplikasi BMT U-Q. Penelitian yang dilakukan oleh Latief dan Dirwan (2020) serta Prasanti (2021) yang menunjukkan hasil bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap minat. Sehingga penelitian ini relevan dengan penelitian terdahulu, yakni variabel promosi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan aplikasi BMT NU-Q.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Kemudahan Penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi BMT NU-Q. Hal ini disebabkan oleh nasabah tidak memperlumahkan kemudahan penggunaan aplikasi BMT NU-Q karena telah terbiasa menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Kebermanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi BMT NU-Q. Hal ini disebabkan oleh nasabah merasa bahwa aplikasi BMT NU-Q bermanfaat dalam mendorong kinerja dan membantu pekerjaannya. Penggunaan aplikasi BMT NU-Q memberikan manfaat bagi penggunaannya dalam melakukan transaksi keuangan dengan lebih efektif dan efisien. Keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi BMT NU-Q. Hal ini disebabkan oleh aplikasi *E-Money* seperti BMT NU-Q yang mampu menjamin keamanan informasi dan data pribadi penggunaannya. Promosi berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi BMT NU-Q. Hal ini disebabkan oleh karena promosi yang dilakukan oleh pihak BMT NU. Apabila kegiatan promosi yang dilakukan terus ditingkatkan maka akan mempengaruhi minat nasabah dan dapat meningkatkan jumlah nasabah yang menggunakan aplikasi BMT NU-Q.

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh maka lembaga BMT NU diharapkan untuk dapat memperbaharui dan mengembangkan sistem aplikasi BMT NU-Q sehingga nantinya dapat semakin mudah digunakan, memberikan manfaat, dan aman digunakan. Selain itu, petugas BMT NU Cabang Cermee diharapkan dapat semakin gencar mempromosikan atau mengenalkan aplikasi BMT NU-Q agar semakin dikenal oleh nasabah dan berminat untuk menggunakannya. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambahkan variabel lain dalam model *Technology Acceptance Model* yang tidak diteliti pada penelitian ini dengan tujuan agar dapat mengetahui lebih luas faktor-faktor lain seperti kepercayaan, risiko, fitur layanan dan sebagainya yang dapat mempengaruhi minat nasabah menggunakan suatu sistem teknologi khususnya teknologi berbasis internet.

REFERENSI

- Asmy, M., Anwar, Hasanudin, & Fouad, M. (2019). Factors Influencing Consumers Adoption of Islamic in Malaysia and Approach of Partial Least Squares (PLS). *Journal of Islamic Marketing*, 10(4), 1037-1-56.
- Anam, K., Sulistiyo, A. B., & Subagio, N. A. (2023). Strategi Promosi Produk Pembiayaan UGT Modal Pertanian Barokah pada BMT UGT Sidogiri Dadapan Bondowoso. *Indonesian Journal of Sharia Economics, Business, and Halal Studies*, 1(2).
- Atieq, M. Q., & Nurpiani, E. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah (Survey Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon). *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(1).
- Bakhtiar, M. R., Kartika, E., & Listiyawati, I. (2020). Faktor-Faktor pengaruh minat nasabah pengguna internet banking Bank Syariah Mandiri. *Al Tijarah*, 6(3), 156-167.
- Davis, F. D. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Model. *Management Science*, 35(8), 982-1003.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kholid, F. I., & Soemarso, E. D. (2019). Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang. *Journal Science of Economic and Shariah Banking*, 8(2), 49-57.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1-13*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawati, H. A., Winarno, W. A., & Arif, A. (2017). Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, IV(1), 24-29.
- Kusuma, E. A., Zainuri, Sari, F. P., Alaika, R., Budhi, A. P. M. E., & Aisyah. (2023). The Influence of the Nu Summersari Jember BMT Financial Inclusion Program on Moneylender Transactions (Case Study of Wirolegi Market Traders, Summersari District Jember). *Tamansiswa Accounting Journal International*, 8(1), 9–22.
<https://doi.org/10.54204/TAJI/Vol812023002>
- Latief, F., & Dirwan. (2020). Pengaruh Kemudahan, Promosi dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1), 16-30.
- Malhotra, N. K. (2020). *Marketing Research: an Applied Orientation Seventh Edition*. United Kingdom: Pearson Education.
- Marisa, O. (2020). Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektifitas, dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology. *Jurnal Administrasi Kantor*, 8(2), 139-152.
- Mukhid, A. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Surabaya: CV Jakad Media Publishing.
- Nurdin, N., Ningrum, R., Bachmid, S., & Jalil, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking di Bank Mega Syariah Cabang Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 3(1).
- Prasanti, E. (2021). Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money. *Skripsi*.
- Rahayu, I. S. (2015). Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta). *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, V(2).
- Sapriyiah, R., & Suselo, D. (2022). Analisis Minat Nasabah Menggunakan Produk Deposito Mudharabah Di BMT NU Jombang KC Jombang Kota. *Jurnal Menara Ekonomi: Penelitian dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 8(2), 160-167.
- Sayekti, F., & Putarta, P. (2016). Penerapan Technology Acceptance Model (TAM) dalam Pengujian Model Penerimaan Sistem Informasi Keuangan Daerah. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 9(3).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tahar, A., Riyadh, H. A., Sofyani, H., & Purnomo, W. E. (2020). Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Security to Use E-Filing: The Role of Technology Readiness. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 537-547.
- Tobuhu, M. A., Machmud, R., & Rahman, E. (2022). Pengaruh Efisiensi, Keamanan dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Layanan M-Banking (Studi Pada Bank BNI Cabang Gorontalo). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 686-693.
- Yazid, H., & Suryanto, T. (2016). An Investigation of Factors Influencing Audit Quality According to Islamic Audit: A Study for the Jakarta Islamic Index. *International Journal of Economics & Business Administration (IJEBA)*, 4(1), 20-38.
- Yudin, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Kemudahan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking di Bank Syariah Indonesia KC 3 Palangkaraya. *Skripsi*.

PERANAN ZAKAT COMMUNITY DEVELOPMENT UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN MUSTAHIK DI BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL KABUPATEN BONDOWOSO

Zakina Rulinda Hijjas*

Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember, Indonesia

Moehammad Fathorrazi

Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember, Indonesia

Anifatul Hanim

Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember, Indonesia

*Corresponding author, email: rulindazakina2@gmail.com

ABSTRACT

This research has a purpose to analyze the role of the Zakat Community Development program conducted by BAZNAS towards the increase in mustahik income. Program Zakat Community Development in the form of forming livestock groups with funds coming from Zakat, Infaq and alms from muzakki. This research data comes from primary data obtained through interviews and observations with BAZNAS administrators and mustahik while secondary data comes from documents, books and journals that are in accordance with the research. The methodology used in this research uses a qualitative method with a case study approach. The results of this research show that there are two livestock groups formed by BAZNAS, namely goats and rabbits. All needs for forming a livestock group come from zakat funds. These two livestock groups are managed by mustahik who are selected to become members. The livestock group was given assistance in the form of providing livestock, building cages and assistance by BAZNAS in collaboration with Jember University, Bondowoso Campus and the Regional Government. With the existence of a livestock group, mustahik have the opportunity to become a farmer and can increase their income and fulfill their living needs.

Keywords: Zakat Community Development, BAZNAS, income

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran program Zakat Community Development yang dilakukan BAZNAS terhadap peningkatan pendapatan mustahik. Program Zakat Community Development berupa pembentukan kelompok ternak dengan dana berasal dari Zakat, Infaq dan Sedekah dari muzakki. Data penelitian ini berasal dari data primer yang didapatkan melalui wawancara dan observasi kepada pengurus BAZNAS dan mustahik sedangkan data sekunder berasal dari dokumen, buku dan jurnal yang sesuai dengan penelitian. Metodologi yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat dua kelompok ternak yang dibentuk oleh BAZNAS yakni ternak kambing dan ternak kelinci. Semua kebutuhan pembentukan kelompok ternak berasal dari dana zakat. Kedua kelompok ternak ini dikelola oleh mustahik yang dipilih untuk menjadi anggota. Kelompok ternak tersebut diberi bantuan berupa pemberian hewan ternak, pembentukan kandang serta pendampingan oleh BAZNAS yang bekerja sama dengan Universitas Jember Kampus Bondowoso dan Pemerintah Daerah. Dengan adanya kelompok ternak, mustahik berkesempatan untuk menjadi seorang peternak dan dapat meningkatkan pendapatannya serta dapat memenuhi kebutuhan hidupnya.

Kata Kunci: Zakat Community Development, BAZNAS, pendapatan

PENDAHULUAN

Indonesia adalah salah satu negara berkembang yang ada di Asia Tenggara. Menjadi negara berkembang, banyak sekali masalah-masalah yang dihadapi oleh Indonesia terutama pada

masalah ekonomi. Masalah ekonomi yang cukup besar dan banyak terjadi adalah kemiskinan. Indonesia juga merupakan negara dengan dominan masyarakat beragama muslim, yang mana segala urusannya tidak bisa lepas dari pendekatan agama. Kabupaten Bondowoso merupakan salah satu kabupaten yang berada di Provinsi Jawa Timur dengan luas areal 1.560 km². Menurut Badan Pusat Statistik pada tahun 2021 terhitung masyarakat Kabupaten Bondowoso terdiri dari 778.525 jiwa dengan jumlah penduduk miskin 115.175 jiwa atau 14,73% (Badan Pusat Statistik, 2021).

Tabel 1. Perbandingan Tingkat Kemiskinan Kabupaten Bondowoso dan Provinsi Jawa Timur pada 2019-2021

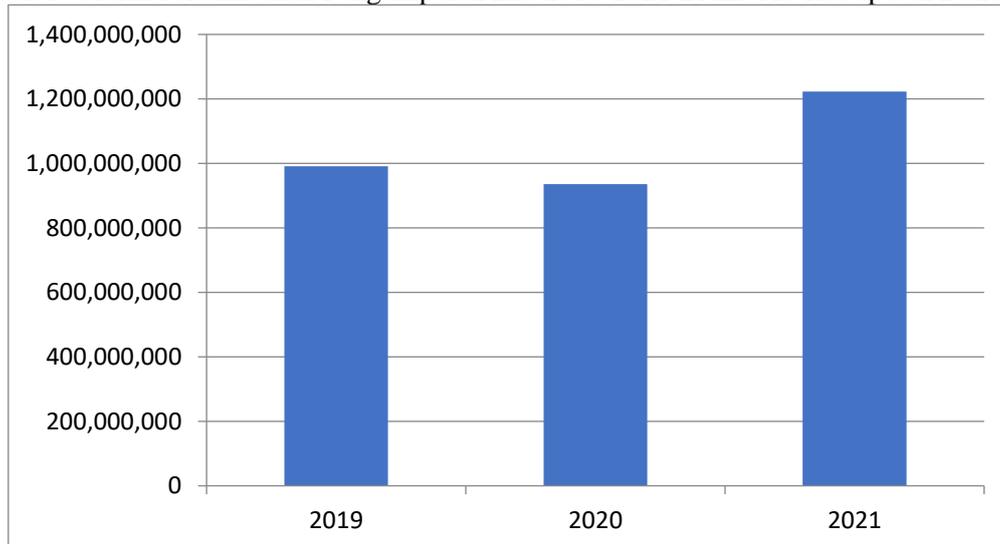
Tahun	Tingkat Kemiskinan Kab.Bondowoso (%)	Persentase Perubahan	Tingkat Kemiskinan Prov.Jawa Timur (%)	Persentase Perubahan
2019	13,33		10,37	
2020	14,17	6%	11,09	7%
2021	14,73	4%	11,40	3%

Sumber: BPS Jawa Timur, 2021

Dilihat pada tabel 1. tingkat kemiskinan pada Kabupaten Bondowoso dan Provinsi Jawa Timur meningkat dengan rata-rata peningkatan 5%. Peningkatan tersebut disebabkan oleh pandemi Covid-19 yang dimulai pada tahun 2020. Pandemi Covid-19 menyebabkan banyak masyarakat mengalami permasalahan ekonomi karena banyak usaha yang mengalami penurunan pendapat, pekerja yang di PHK dan lainnya (Santika & Maulana, 2020). Hal itu menyebabkan adanya peningkatan kemiskinan di tahun 2020 hingga 2021.

Sebagai penduduk muslim tentunya tidak dapat lepas dari pendekatan agama. Salah satu hal yang dapat dijadikan program alternatif pemerintah untuk mengatasi masalah kemiskinan adalah dengan penyaluran Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS). Pemenuhan tersebut dapat terlaksana dengan baik dengan adanya badan atau lembaga yang menaungi untuk mengontrol dan mengelola keluar masuknya zakat. Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) adalah badan yang dibentuk pemerintah untuk melaksanakan pengelolaan zakat. Pada UU Nomor 23 Tahun 2011 BAZNAS menjadi sentral pengelolaan zakat dan Lembaga Amil Zakat diakui menjadi lembaga yang membantu BAZNAS. Hal ini seharusnya dapat menjadikan BAZNAS menjadi badan yang berpengaruh penting dalam pengelolaan zakat.

Gambar 1. Grafik Pertumbuhan Pengumpulan ZIS 2019-2021 BAZNAS Kabupaten Bondowoso



Sumber: BAZNAS Kabupaten Bondowoso, 2022.

Pada gambar 1. terlihat bahwa pertumbuhan pengumpulan ZIS di BAZNAS Kabupaten Bondowoso sempat menurun di tahun 2020 karena masalah pandemi Covid-19 namun pengumpulan ZIS di tahun 2021 kembali membaik dengan jumlah Rp.1.210.774.333. Hasil pengumpulan ZIS tersebut

selanjutnya didistribusikan melalui 5 program unggulan yakni Bondowoso Makmur, Bondowoso Cerdas, Bondowoso Taqwa, Bondowoso Peduli, Bondowoso Sehat.

Satu-satunya program yang dijalankan melalui pendistribusian zakat produktif adalah program Bondowoso Makmur. Dalam program ini, BAZNAS memberikan bantuan zakatnya melalui 3 cara yakni pemberian bantuan alat usaha produktif, bantuan modal usaha serta pembentukan *Zakat Community Development* dalam bentuk usaha ternak. Tujuan adanya program ini adalah untuk dapat memperbaiki perekonomian mustahik dengan meningkatkan pendapatannya. Berdasarkan identifikasi masalah diatas peneliti ingin meneliti bagaimana peran zakat terhadap pendapatan mustahik melalui program *Zakat Community Development* yang dibentuk oleh BAZNAS Kabupaten Bondowoso.

TINJAUAN PUSTAKA

Zakat Infak Sedekah dalam Ekonomi Islam

Zakat adalah bagian tertentu dari harta yang wajib dikeluarkan oleh setiap muslim apabila telah mencapai syarat yang telah ditetapkan. Sebagai rukun Islam yang ketiga zakat merupakan hal yang penting dalam hidup setiap muslim. Dalam tafsir Al-Quran Ibnu Katsir dijelaskan tentang keutamaan zakat pada surah At-Taubah, ayat : 60

إِنَّمَا الصَّدَقَاتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَامِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَارِمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ
وَإِنِ السَّبِيلَ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ

"Sesungguhnya zakat-zakat itu hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para mu'allaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berutang untuk jalan Allah, dan orang-orang yang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah; dan Allah Maha Mengetahui lagi Mahabijaksana.". (Ibnu Katsir)

Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa zakat memiliki penerima-penerima khusus. Golongan penerima zakat disebut asnaf yang terdiri dari 8 golongan. Tujuan diberikannya zakat kepada mereka sesuai dengan kebutuhan nya masing-masing. Namun tujuan utama zakat adalah untuk memperbaiki kehidupan dan meratakan kekayaan.

Kedua, zakat itu juga berfungsi sebagai dana masyarakat yang dimanfaatkan untuk kepentingan sosial guna mengurangi kemiskinan. Dalam sebuah hadits yang diriwayatkan Imam al-Asbahani dari Imam at-Thabrani, dalam kitab Al-Ausath dan Al-Shaghir, Rasulullah SAW bersabda yang artinya:

“Sesungguhnya Allah SWT telah mewajibkan atas hartawan muslim suatu kewajiban zakat yang dapat menanggulangi kemiskinan. Tidaklah mungkin terjadi seorang fakir menderita kelaparan atau kekurangan pakaian, kecuali oleh sebab kebakhilan yang ada pada hartawan muslim. Ingatlah, Allah SWT akan melakukan perhitungan yang teliti dan meminta pertanggungjawaban mereka dan selanjutnya akan menyiksa mereka dengan siksaan yang pedih”.

Hadits tersebut menjelaskan kedudukan zakat sebagai instrumen pengaman sosial, yang bertugas untuk menjembatani kekayaan dari kelompok kaya kepada kelompok miskin. Zakat berpengaruh positif yang sangat signifikan dalam mendorong gerak roda perekonomian Islam dan perkembangannya terhadap kekuatan dan kemajuan bagi ekonomi masyarakat. Zakat dapat mengatasi masalah penumpukan harta di tangan orang-orang kaya. Bagi masyarakat luas, hikmah zakat akan dirasakan dalam bentuk tumbuhnya rasa solidaritas sosial antar sesama anggota masyarakat, keamanan, ketenteraman. Zakat juga dapat menjadi solusi alternatif dan strategis untuk peningkatan kesejahteraan umat melalui zakat yang produktif dan kreatif (Hadits Tazkia, 2014).

Pada umumnya, zakat yang ditunaikan bersifat konsumtif yaitu untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, menutupi kebutuhan makan dan sandang. Namun jika ditinjau lebih jauh, hal ini kurang membantu perekonomian mustahik untuk jangka panjang. Karena zakat yang diberikan itu akan dimanfaatkan untuk kebutuhan sehari-hari yang akan segera habis, dan kemudian si penerima akan kembali hidup dalam keadaan fakir dan miskin. Oleh karena itulah muncul istilah zakat produktif. Zakat produktif bukan istilah jenis zakat seperti halnya zakat mall dan zakat fitrah. Zakat produktif adalah

bentuk pendayagunaan zakat. Jadi, pendistribusiannya bersifat produktif yang berfungsi untuk menambah atau sebagai modal usaha mustahik itu sendiri (Nurrohmah dkk, 2022).

Rasulullah memberikan uang zakat kepada Umar bin Al-Khatab yang bertindak sebagai amil zakat seraya berkata yang artinya:

حُدِّهِ فَتَمَوَّلْهُ، أَوْ تَصَدَّقْ بِهِ، وَمَا جَاءَكَ مِنْ هَذَا الْمَالِ، وَأَنْتَ غَيْرُ مُشْرِفٍ وَلَا سَائِلٍ فَحُدِّهِ، وَمَا لَا
فَلَا تُتْبِعْهُ نَفْسَكَ

“Ambilah dahulu, setelah itu milikilah (berdayakanlah) dan sedekahkan kepada orang lain dan apa yang datang kepadamu dari harta semacam ini sedang engkau tidak membutuhkannya dan bukan engkau minta, maka ambilah. Dan mana-mana yang tidak demikian maka janganlah engkau turutkan nafsumu”. (HR Muslim)

Dalam hadits tersebut dijelaskan bahwa zakat tidak hanya bisa diberikan secara konsumtif saja. Zakat dapat diberdayakan untuk menghasilkan keuntungan setelahnya. Zakat produktif dapat berbentuk pemberian modal usaha. Imam Nawawi juga memberikan konsep zakat produktif dalam kitab Al-Majmu’ ala Syarh al-Muhadzhab yang menyatakan bahwa: “Apabila mustahik terbiasa dalam melakukan suatu keterampilan tertentu, maka ia diberi zakat untuk dapat membeli semua keperluan yang dibutuhkan agar dapat menunjang keterampilannya tersebut ataupun untuk membeli alat-alatnya, baik dalam harga murah maupun mahal”(Al-Nawawi, 2007).

Selain dengan pemberian modal usaha, zakat produktif juga bisa diserahkan melalui pemberian alat produktif atau alat usaha sesuai dengan keterampilan yang dimiliki mustahik. Dengan begitu mustahik bisa mendapatkan keuntungan dengan keterampilan yang mereka punya. Ukuran keterampilan menjadi beragam sesuai dengan profesi, tempat tinggal dan orang yang akan menerimanya. Jenis ini juga bisa diberikan kepada mustahik yang belum memiliki keterampilan namun perlu adanya pendampingan agar tetap dapat memperbaiki kehidupan perekonomiannya.

Kewirausahaan dalam Meningkatkan Pendapatan Mustahik

Dalam teori kewirausahaan destruksi kreatif yang dipelopori oleh Joseph A. Schumpeter, kewirausahaan adalah pendorong utama ekonomi, menciptakan pertumbuhan ekonomi melalui penghancuran kreatif atau pengrusakan yang membangun sedangkan wirausaha dianggap sebagai inovator utama (Kurniati, 2015). Kewirausahaan diciptakan untuk mengejar peluang yang disesuaikan dengan sumber daya yang dikendalikan. Dalam berwirausaha tidak hanya dilakukan oleh satu orang pribadi sebagai pemilik utama namun bisa dilakukan oleh suatu komunitas yang diberdayakan (Sartono & Sutrismi, 2020). Konsep pemberdayaan komunitas searah dengan program *Zakat Community Development* yang dilakukan oleh BAZNAS yaitu proses pengembangan kualitas hidup masyarakat di suatu desa yang dilakukan dengan pembangunan berkelanjutan. Pemberdayaan masyarakat merupakan sebuah konsep pembangunan ekonomi dengan mengedepankan nilai-nilai sosial yakni berpusat pada masyarakat, partisipatif, memberdayakan dan berkelanjutan (Habib, 2021). Sejalan dengan fungsi kewirausahaan, pemberdayaan masyarakat juga berfungsi sebagai pendorong utama ekonomi, menciptakan pertumbuhan ekonomi dengan anggota komunitas sebagai inovator utama.

Pada pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh BAZNAS perlu dilakukan pendampingan yang bertujuan untuk dapat terus mengembangkan kekuatan, potensi dan sumber daya manusia agar usaha yang dijalankan dapat terus berjalan. Pendampingan merupakan suatu aktivitas yang bermakna membina, mengajar dan mengarahkan suatu kelompok dengan kata lain sebagai pengontrolan. Pendampingan adalah suatu strategi yang dilakukan dengan saling mengisi antara pendamping dan yang didampingi, diawali dengan saling memahami situasi guna meningkatkan kualitas kelompok. Pendampingan bisa dilakukan dengan berbagai model diantaranya: 1) pembinaan karakter, 2) peningkatan wawasan keilmuan 3) pelaksanaan 4) monitoring dan evaluasi. Kegiatan pendampingan sangat menentukan keberhasilan program penanggulangan kemiskinan, sesuai dengan tujuan adanya kelompok ternak dalam *Zakat Community Development*. Terdapat tiga peran utama dari adanya pendampingan, yaitu: 1) fasilitator yakni dengan memberikan motivasi, kesempatan dan dukungan 2) pendidik yakni dengan memberikan masukan positif yang membangun 3) perwakilan masyarakat yakni dengan meningkatkan hubungan masyarakat dan membangun jaringan kerja (Darwis, 2020).

Upaya Mustahik untuk Meningkatkan Pendapatan

Pendapatan merupakan sumber penghasilan seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan sangat penting artinya bagi kelangsungan hidup dan penghidupan seseorang secara langsung maupun tidak langsung. Jika pendapatan bertambah maka konsumsi akan bertambah, dengan proporsi tertentu. Untuk mempertahankan tingkat konsumsi yang tinggi, dengan mengurangi besarnya tabungan. Jika pendapatan berkurang, konsumen akan mengurangi pengeluaran konsumsinya, dengan proporsi penurunan yang lebih rendah dibandingkan proporsi kenaikan pengeluaran konsumsi jika penghasilan naik (Algifari, 1998). Kondisi ini terjadi sampai tingkat pendapatan tertinggi yang telah dicapai tercapai kembali. Bertambahnya pendapatan menyebabkan bertambahnya pengeluaran untuk konsumsi, sedangkan pertambahan tabungan tidak terlalu besar (Soediyono, 2000). Teori Milton Friedman juga menjelaskan bahwa pendapatan dapat diartikan menjadi dua yaitu pendapatan permanen dan pendapatan sementara. Artinya pendapatan tidak hanya berupa gaji dan upah namun bisa dalam berbentuk kekayaan lain yang dimiliki oleh seseorang (Jannati dkk, 2021).

Harta yang berasal dari hasil usaha maupun hasil bumi perlu untuk dizakati. Harta tersebut haruslah berasal dari cara yang baik dan halal. Hal ini perlu dilakukan karena dalam harta tersebut terdapat hak orang lain yang harus diserahkan. Orang lain yang dimaksud adalah 8 golongan orang-orang yang berhak menerima zakat. Golongan tersebut bernama mustahik yang diantaranya adalah fakir, miskin, riqab, gharim, muallaf, fi sabilillah, ibnu sabil, dan amil. Dari zakat, infak, maupun sedekah yang diterima mustahik dapat mempergunakannya dengan sebaik mungkin sesuai dengan apa yang diberi dan apa yang mereka mampu lakukan. Untuk dapat memenuhi kebutuhan hidup dalam jangka panjang, mustahik dapat membuat atau meningkatkan usaha sesuai dengan keahlian yang dimiliki dengan bantuan ZIS yang diberikan kepadanya. Teori Harrod-Domar berpendapat bahwa pertumbuhan ekonomi dipengaruhi oleh tingkat investasi dan produktivitas modal. Artinya dengan adanya modal disertai dengan pengelolaan modal dengan baik dapat meningkatkan laju pertumbuhan ekonomi. Pengelolaan yang baik bisa didapatkan dengan ilmu dan juga pendampingan dari pihak yang lebih mengerti. Fungsinya adalah agar pengelola dapat melakukan tugasnya dan mendapatkan hasil akhir yang baik (Suprijati & Yakin, 2017).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan jenis pendekatan studi kasus di kampung ternak dalam program Zakat Community Development. Kampung ternak dibentuk oleh BAZNAS Kabupaten Bondowoso dengan menggunakan dana yang berasal dari zakat. Tujuan berdirinya kampung ternak adalah untuk dapat memperbaiki perekonomian mustahik yang menjadi anggota kelompok. Peneliti akan meneliti dan menganalisis peran dari zakat terhadap pendapatan mustahik melalui program Zakat Community Development.

Data penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dan observasi langsung ke lokasi penelitian yakni usaha ternak yang dibentuk oleh BAZNAS serta dari studi literatur melalui dokumen resmi BAZNAS, jurnal, buku dan website resmi. Key informan dalam penelitian ini adalah para mustahik yang menjadi anggota kelompok ternak. Teknik analisis data yang digunakan yakni pertama mengumpulkan data yang sesuai dengan fokus penelitian di lapangan. Dari data tersebut selanjutnya akan dipilih dan difokuskan dengan menyesuaikan tujuan penelitian. Setelah itu data disajikan dalam bentuk uraian singkat dan terakhir ditarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis, pencatatan dan pengklasifikasian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pendistribusian Zakat oleh BAZNAS melalui Program *Zakat Community Development*

Dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 BAZNAS merupakan lembaga yang ditetapkan oleh pemerintah dengan tugas untuk melakukan pengelolaan zakat secara nasional. Pengelolaan tersebut berupa perencanaan, pelaksanaan, pengendalian terkait pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan zakat serta pelaporan dan pertanggungjawaban terhadap pengelolaan zakat. Adanya BAZNAS dapat membantu masyarakat khususnya mustahik untuk dapat melanjutkan hidup dan memperbaiki perekonomian mereka. BAZNAS menjalankan tugasnya sesuai dengan Keputusan Ketua

Badan Amil Zakat Nasional Nomor 64 Tahun 2018 tentang Pedoman Pelaksanaan Pendistribusian dan Pendayagunaan Zakat di Lingkungan Badan Amil Zakat Nasional. Dalam keputusan tersebut dijelaskan ada dua jenis bantuan dalam pendistribusian yaitu bantuan uang dan barang. Sedangkan untuk jenis bantuan dalam pendayagunaan diberikan dalam bentuk kegiatan pengembangan kapasitas, pemberian bantuan aset, dan/atau kegiatan pendampingan mustahik.

BAZNAS Kabupaten Bondowoso memiliki beberapa program unggulan yang terbagi sesuai dengan peruntukannya. Program yang ada merupakan bentuk realisasi dari jenis bantuan menurut Keputusan Ketua Badan Amil Zakat Nasional Nomor 64 Tahun 2018. Ada 5 program yang sama sama memiliki tujuan untuk membantu memenuhi kebutuhan hidup mustahik. Program tersebut diantaranya adalah Bondowoso Sehat, Bondowoso Cerdas, Bondowoso Taqwa, Bondowoso Peduli yang mendapat bantuan secara konsumtif seperti bantuan dana kesehatan, beasiswa pendidikan, kebutuhan dakwah serta bantuan sandang pangan. Sedangkan program Bondowoso Makmur adalah satu satunya program yang mendapat bantuan zakat secara produktif. Artinya program Bondowoso Makmur ini dijalankan dengan tujuan untuk memperbaiki kehidupan mustahik di masa kini dan masa yang akan datang.

Dalam program Bondowoso Makmur, BAZNAS memberi bantuan berupa modal usaha, alat usaha produktif dan pembentukan *Zakat Community Development*. *Zakat Community Development* memiliki bantuan yang lebih kompleks dibanding dengan bantuan modal uang dan barang. Jenis program ini melibatkan beberapa orang yang tinggal di satu desa yang sama dan bantuan yang diberikan juga dalam jumlah cukup besar. BAZNAS memberdayakan masyarakat untuk dapat meningkatkan potensinya dengan membentuk peternakan hewan. Selain diberi bantuan zakat, BAZNAS juga turut mendamping kelompok ternak tersebut untuk dapat terus berkembang.

BAZNAS Kabupaten Bondowoso telah membentuk dua kelompok ternak yang di tempatkan di dua desa. Pertama adalah ternak kambing yang berada di Desa Tlogosari dan kedua adalah ternak kelinci di Desa Kerang. Bantuan yang diberikan saat pembentukan berasal dari zakat yang telah dikumpulkan oleh BAZNAS. Pada kelompok ternak kambing diberi bantuan berupa 60 ekor kambing, alat pencacah rumput atau chopper dan artco. Sedangkan pada kelompok ternak kelinci diberi bantuan 125 ekor kelinci dan pembentukan kandang. Bantuan tersebut telah disesuaikan dengan kebutuhan di lokasi ternak dan ketersediaan dana zakat.

Dalam menjalankan kegiatan *Zakat Community Development*, BAZNAS bekerja sama dengan Universitas Jember Kampus Bondowoso dan Pemerintah Daerah. Pengelolaan kelompok ternak membutuhkan pendampingan terkait merawat ternak oleh orang yang menguasai. Dinas Peternakan Kabupaten Bondowoso diminta untuk memberi masukan tentang bagaimana mengembangbiakkan ternak yang baik, juga terkait jenis pakan serta menjaga lingkungan kandang ternak. Sedangkan Universitas Jember Kampus Bondowoso juga membantu untuk mengembangkan kualitas kelompok ternak agar terus berkembang.

Pendampingan yang dilakukan pada kelompok ternak subur berkah dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya dengan peningkatan wawasan ilmu, pelaksanaan dan monitoring. Peningkatan wawasan ilmu dijalankan dengan sosialisasi terkait pembuatan pupuk dari kotoran ternak yang dilakukan mahasiswa fakultas peternakan Universitas Jember Kampus Bondowoso. Dalam pelaksanaan, kelompok ternak didampingi apabila ada sesuatu hal genting seperti ternak yang sakit. Serta adanya monitoring secara berkala dari BAZNAS terkait pengelolaan ternak. Sedangkan untuk pendampingan kelompok ternak al-barokah dilakukan hanya dengan membantu mengatasi permasalahan dalam pelaksanaan serta pengontrolan. Hal tersebut disebabkan karena kelompok ternak hanya berjalan 6 bulan saja. Permasalahan yang dihadapi kelompok ternak al-barokah juga membuat pendampingan susah dilakukan karena ternak kelinci yang semakin lama semakin banyak yang sakit hingga mati. Sampai akhirnya saat ini kelompok ternak kelinci sudah tidak berjalan lagi.

Peranan Zakat terhadap Peningkatan Pendapatan Mustahik

Dalam program Zakat Community Development yang dibentuk BAZNAS Kabupaten Bondowoso melalui pembentukan usaha ternak, mustahik yang menjadi anggota mengalami peningkatan pendapatan sebagai berikut:

Tabel 4. Informan Anggota Kelompok Ternak

Nama Anggota	Kelompok Ternak	Lama Menjadi Anggota	Pekerjaan Sebelumnya	Peningkatan Setelah Menjadi Anggota
--------------	-----------------	----------------------	----------------------	-------------------------------------

Nis	Kambing Subur Berkah	3 Tahun	Petani	Terjadi peningkatan pendapatan berupa kepemilikan 12 ekor kambing, mampu memperbaiki rumah dan kebutuhan mendesak seperti biaya rumah sakit
Rizki	Kambing Subur Berkah	3 Tahun	Petani	Terjadi peningkatan pendapatan berupa kepemilikan 9 ekor kambing dan mampu membiayai kebutuhan sekolah anak
Yusuf	Kambing Subur Berkah	1 Tahun	Wiraswasta	Terjadi peningkatan pendapatan berupa kepemilikan 6 ekor kambing dan mampu membeli kendaraan sepeda motor
Abdullah	Kelinci Al-Barokah	6 bulan	Peternak	Sempat mengalami peningkatan pendapatan Rp. 1.500.000 selama menjadi anggota
Putri	Kelinci Al-Barokah	6 bulan	Ibu Rumah Tangga	Sempat mengalami peningkatan pendapatan Rp. 100.000-Rp.200.000 di 4 bulan pertama menjadi anggota

Sumber: Hasil wawancara, 2023.

Pembahasan

Secara keseluruhan berdirinya kelompok ternak mampu meningkatkan pendapatan anggota, apabila dalam pengelolaannya tidak mengalami masalah. Kelompok ternak kambing subur berkah mengalami peningkatan pendapatan berupa kepemilikan investasi berbentuk hewan ternak yang semakin bertambah. Hal lainnya adalah mampu memenuhi kebutuhan sandang, pangan, papan dan kebutuhan mendesak di keluarganya. Peningkatan kualitas kelompok juga dirasakan yakni bertambahnya anggota dan fasilitas gudang tempat pengolahan kotoran. Kelompok ternak al-barokah juga mengalami peningkatan pendapatan berupa uang hasil penjualan ternak di 4 bulan pertama yang bisa digunakan para anggota untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Menurut Chambers pemberdayaan masyarakat merupakan sebuah konsep pembangunan ekonomi dengan mengedepankan nilai-nilai sosial yakni berpusat pada masyarakat, partisipatif, memberdayakan dan berkelanjutan. Dari program *Zakat Community Development*, BAZNAS telah menjalankannya sesuai dengan konsep pemberdayaan menurut Chambers dimana masyarakat adalah peran utama yang berpartisipasi dalam kelompok ternak untuk dapat mengembangkan usaha secara berkelanjutan. Selaras dengan teori Milton Friedman bahwa pendapatan dapat diartikan menjadi dua yaitu pendapatan permanen dan pendapatan sementara. Artinya pendapatan tidak hanya berupa gaji dan upah namun bisa dalam berbentuk kekayaan lain yang dimiliki oleh seseorang. Dari pernyataan beberapa informan bahwasanya adanya pemberdayaan melalui kelompok ternak bisa membantu mustahik untuk dapat memenuhi kebutuhannya hingga memiliki investasi berupa hewan ternak. Menurut teori Schumpeter kewirausahaan adalah pendorong utama ekonomi, menciptakan pertumbuhan ekonomi sedangkan wirausahawan dianggap sebagai inovator utama. Oleh sebab itu dengan adanya pendampingan berupa peningkatan wawasan ilmu dan pendampingan pelaksanaan akan memudahkan suatu usaha untuk berkembang dengan baik. Serta menurut teori Harrod-Domar, pertumbuhan ekonomi merupakan suatu proses yang dipengaruhi oleh tingkat investasi dan produktivitas modal. Jika modal dapat dipergunakan dengan baik maka pertumbuhan ekonomi masyarakat juga akan meningkat.

Hasil temuan ini sesuai dengan beberapa penelitian sebelumnya oleh Muhammad Alfirman (2021), Mudita Sri Karuni (2020) yang menyatakan bahwa dana zakat mampu meningkatkan pendapatan mustahik produktif. Penelitian terdahulu oleh Mansur Efendi (2017) yang menjelaskan bahwa pendistribusian zakat melalui kewirausahaan sosial relatif mampu menjadi solusi atas persoalan kemiskinan secara mandiri dan berkelanjutan. Pada penelitian Ilyasa Aulia Nur Cahya (2020) menjelaskan bahwa adanya bantuan modal yang disertai dengan pendampingan dapat meningkatkan kesejahteraan mustahik. Penelitian dari Novi Wahyuningsih (2019) juga menjelaskan bahwa pendampingan berpengaruh secara signifikan terhadap perkembangan usaha. Serta sesuai dengan penelitian dari Niza Rahmadina (2022) bahwa indikator keberhasilan pendayagunaan zakat produktif salah satunya adalah mampu menyelesaikan masalah yang ada, baik internal maupun eksternal. Kemudian penelitian dari Dita elia Merina (2017) menjelaskan bahwa program yang ada di BAZNAS Bondowoso belum cukup mampu menanggulangi kemiskinan karena kurang meratanya pendistribusian. Namun pada penelitian ini yang berfokus pada program *Zakat Community Development* menunjukkan bahwa dengan dibentuknya usaha ternak oleh BAZNAS Kabupaten Bondowoso meningkatkan pendapatan anggotanya. Berdasarkan beberapa penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa bantuan zakat dari program *Zakat Community Development* dapat meningkatkan pendapatan mustahik sebagai anggota kelompok tenak melalui usaha ternak yang dijalankan.

PENUTUP

Kesimpulan

BAZNAS Kabupaten Bondowoso mendistribusikan zakat produktif melalui program *Zakat Community Development*. Program ini dijalankan dengan membentuk 2 usaha ternak yang dikelola oleh mustahik sebagai anggota kelompok ternak yakni ternak kambing dan kelinci. BAZNAS memberi bantuan zakat dalam bentuk hewan ternak kambing, kelinci, pembentukan kandang serta alat penunjang seperti artco dan mesin pencacah rumput. BAZNAS juga bekerja sama dengan Universitas Jember Kampus Bondowoso dan Pemerintah Daerah untuk melakukan pendampingan berupa wawasan ilmu, pendampingan pelaksanaan dan monitoring dalam upaya untuk terus meningkatkan kualitas usaha ternak. Dengan adanya program *Zakat Community Development* yang dibentuk oleh BAZNAS Kabupaten Bondowoso, mustahik yang menjadi anggota kelompok ternak kambing subur berkah dan ternak kelinci al-barokah bisa menjadi seorang peternak serta dapat meningkatkan pendapatannya berupa kepemilikan hewan ternak dan mampu memenuhi kebutuhan hidup.

REFERENSI

- al-Nawawi, Abu Zakariya Muhy al-Din ibn Syaraf. (2007). *Majmu' 'ala Syarh al-Muhadzhab Jilid 6*. Beirut: Dar al-Kutub Ilmiah.
- Alfirman, M. (2021). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Pendapatan Mustahik Pada Inisiatif Zakat Indonesia (Izi) Di Kota Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah* (Doctoral dissertation, Universitas Sultan Syarif Kasim Riau).
- Algifari, G. M. (1998). *Teori Ekonomi Makro*. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Bondowoso. (2022). *Data Pengumpulan dan Pendistribusian ZIS Kabupaten Bondowoso Tahun 2022*. Bondowoso: Badan Amil Zakat Nasional.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Catatan Statistik Kemiskinan di Bondowoso*. www.bondowosokab.bps.go.id . Diakses pada 22 Februari 2023.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Catatan Statistik Kemiskinan Indonesia*. www.bps.go.id . Diakses pada 1 Maret 2023.
- Cahya, I. A. N. (2020). Peran Pendayagunaan Zakat Produktif terhadap Kesejahteraan Mustahik. *Sultan Agung Fundamental Research Journal*, 1(1).
- Darwis, R. S. (2020). *Penguatan Kapasitas Wirausahawan Mikro Menggunakan Metode Pendampingan di Desa Mekargalih, Kecamatan Jatinangor, Kabupaten Sumedang*. Dharmakarya, 9(2), 108-113.
- Efendi, M. (2017). *Pengelolaan zakat produktif berwawasan kewirausahaan sosial dalam pengentasan kemiskinan di Indonesia*. Al-Ahkam Jurnal Ilmu Syari'ah Dan Hukum, 2(1).

- Habib, M. A. F. (2021). *Kajian teoritis pemberdayaan masyarakat dan ekonomi kreatif*. Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy, 1(2), 82-110.
- HaditsTazkia. (2014). Kumpulan Hadits Rasulullah SAW. Dipublikasikan oleh <https://hadits.tazkia.ac.id/>. Diakses pada 13 September 2023.
- Jannati, N. S., Rusdi, M., & Melis, M. (2021). *Analisis Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi Kasus Industri Rumahan Kemplang Di Wilayah Jakabaring Palembang)*. I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics, 7(1), 74-81.
- Karuni, M. S. (2020). *Pengaruh Dana Zakat Terhadap Pembangunan Manusia Di Indonesia*. IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita, 9(2), 174-185.
- Kurniati, E. D. (2015). *Kewirausahaan industri*. Deepublish.
- Merina, D. E. (2017). Peran Badan Amil Zakat Nasional Dalam Upaya Menanggulangi Kemiskinan Melalui Program Bondowoso Unggulan (Studi Kasus Di Kabupaten Bondowoso). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*. 5(1).
- Nurrohmah, L., Supriyadi, A., & Habib, M. A. F. (2022). *Upaya Lembaga Zakat Yatim Mandiri Tulungagung dalam Meningkatkan Kualitas Anak Yatim dan Dhuafa Melalui Program Pendidikan Sanggar Genius*. Management of Zakat and Waqf Journal (MAZAWA), 3(2), 87-101.
- Rahmadina, N. (2022). *Analisis Keberhasilan Program Pendayagunaan Zakat Produktif Menggunakan Metode Indeks Pendayagunaan Zakat (IPZ)(Studi Pada Program Sejuta Berdaya LAZNAS Al Azhar)* (Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis uin jakarta).
- Santika, Z. D., & Maulana, M. A. (2020). *Penurunan pendapatan UMKM akibat Covid-19*. In *Seminar Nasional Penalaran dan Penelitian Nusantara* (Vol. 1, No. 1, pp. 150-159).
- Sartono, S., & Sutrismi, S. (2020). *Kewirausahaan; Kewirausahaan Komersial dan Sosial*. BENEFIT, 7(2), 94-102.
- Soediyono. (2000). *Ekonomi Makro Analisis IS-LM dan Permintaan-Penawaran Agregatif*. Yogyakarta: BPF.
- Suprijati, J., & Yakin, A. (2017). *Pertumbuhan ekonomi di kabupaten Bangkalan setelah adanya pembangunan jembatan suramadu (Analisis teori Harrod-Domar)*. Develop, 1(1).
- Terjemah Al-Quran, Tafsir Al-Quran, Ilmu Al-Quran, E-book Al-Quran Ibnu Katsir. Dipublikasikan oleh <http://www.ibnukatsironline.com/>. Diakses pada 13 September 2023.
- Wahyuningsih, N. (2019). *Pengaruh pendampingan dan modal usaha terhadap perkembangan usaha anggota misykat laz daruut tauhid peduli kota semarang*. Semarang: UIN Walisongo Semarang.

PENGARUH E-SERVICE QUALITY, BRAND IMAGE DAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SHOPEE PADA MAHASISWA EKONOMI SYARIAH DAN AKUNTANSI DI UNIVERSITAS JEMBER KAMPUS BONDOWOSO

Much. Jakfar Shodiq*

Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember, Indonesia

Purnamie Titisari

Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember, Indonesia

Agus Luthfi

Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember, Indonesia

*Corresponding author, email: jakfararema@gmail.com

ABSTRACT

Shopee is an online shopping platform that is widely used by people from various groups, from the lower middle class to the upper middle class. Shopee has powerful digital services and is accompanied by very easy payment methods and provides many promotions such as discounts and free shipping with or without a minimum purchase, this service is what makes Shopee one of the best e-commerce. The aim of this research is to determine and analyze the influence of E-Service Quality, Brand Image and Islamic Business Ethics on Consumer Satisfaction on the Shopee application. In this research, the Purposive Sampling method was used to obtain samples. Meanwhile, for this research method, a quantitative descriptive method approach is used.

The research results can be concluded that partially there is a significant influence of E-Service Quality, Brand Image and Islamic Business Ethics on consumer satisfaction. Apart from that, the results of this research also show that there is a significant positive influence of the variables E-Service Quality, Brand Image and Islamic Business Ethics simultaneously on Consumer Satisfaction. This indicates that these elements need serious attention for marketing because these variables will influence consumer considerations in making purchasing decisions.

Keywords: *technology, e-commerce, Shopee.*

ABSTRAK

Shopee merupakan salah satu platform belanja online yang banyak digunakan oleh masyarakat dari berbagai golongan mulai dari golongan menengah ke bawah hingga menengah ke atas. Shopee memiliki pelayanan digital yang mumpuni dan disertai dengan metode pembayaran yang sangat mudah serta disediakan banyak promo seperti diskon dan gratis ongkos kirim dengan atau tanpa minimal pembelian, layanan tersebutlah yang menjadikan Shopee salah satu e-commerce yang terbaik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh E-Service Quality, Brand Image dan Etika Bisnis Islam terhadap Kepuasan Konsumen pada aplikasi Shopee. Pada penelitian ini menggunakan metode Purposive Sampling untuk mendapatkan sampel. Sementara untuk metode penelitian ini digunakan pendekatan metode deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian yang dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan E-Service Quality, Brand Image dan Etika Bisnis Islam terhadap kepuasan konsumen. Selain itu hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan variabel E-Service Quality, Brand Image dan Etika Bisnis Islam secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini mengindikasikan bahwa elemen-elemen perlu mendapatkan perhatian yang serius bagi pemasaran karena variabel-variabel tersebut akan mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan pembeliannya.

Kata kunci: *Teknologi, E-commerce, Shopee*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang dewasa ini semakin pesat memberikan dampak yang sangat baik bagi berbagai aktivitas keseharian manusia, melalui perkembangan teknologi tersebut manusia dimanjakan dengan berbagai kemudahan. Kemajuan teknologi informasi menjadikan kemajuan pengetahuan bagi masyarakat dalam berbagai bidang salah satunya pemasaran yang saat ini tidak hanya dilakukan dengan pemasaran secara tradisional namun juga secara online melalui *market place* (Constantinides, 2014; Ramadhani & Nadya, 2020).

Shopee merupakan salah satu platform belanja online yang banyak digunakan oleh masyarakat. Melihat angka jumlah unduhan aplikasi Shopee yang tersedia di Play Store adalah sebesar 100 juta lebih dan telah mendapatkan rating penilaian sebesar 4,6 yang artinya aplikasi tersebut banyak disukai oleh para penggunanya (Basalamah, 2022; Ginting et. al., 2023).

E-Service Quality adalah bentuk pelayanan digital yang di definisikan pada seberapa jauh suatu layanan digital dalam memfasilitasi konsumen atau penggunanya. Hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh *E-Service Quality*, *Islamic Branding*, dan *Islamic Advertising Ethics* Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus pada Konsumen Shopee di Indonesia” menyatakan bahwa *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai uji statistik sebesar $0.000 < 0.05$ (Cupian et. al., 2023).

Selain *E-Service Quality* penerapan *Brand Image* dalam suatu usaha sangatlah penting, *Brand Image* merupakan persepsi masyarakat tentang citra sebuah merek. Seorang konsumen jika tidak memiliki pengetahuan dengan suatu produk, mereka cenderung untuk membeli merek yang disukai atau yang terkenal (Schiffman et. al. 2012). Alasan itulah yang membuat setiap perusahaan mempertahankan posisi mereknya agar tercipta *Brand Image* yang positif.

Kemudian perlu adanya Etika Bisnis untuk diterapkan pada setiap usaha bisnis. Etika Bisnis dapat diartikan sebagai prinsip-prinsip moral dalam kehidupan bisnis yang menjelaskan apa yang boleh dan apa yang tidak boleh (Rujiansyah, 2017; Triwibowo & Adam, 2023). Berdasarkan pada penelitian dengan judul “Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah di Bogor” yang menyatakan bahwa Etika Bisnis Islam berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan (Sari, 2014).

KAJIAN TEORI

Kepuasan Konsumen

Kepuasan juga merupakan suatu sikap atau perilaku seseorang yang secara menyeluruh terhadap penyedia jasa atau layanan berkaitan dengan pemenuhan atas tuntutan keinginan atau kebutuhan dari pengguna jasa tersebut (R. Sari & Raymond, 2021; Wigati, 2011). Kepuasan konsumen adalah sikap dan keyakinan seseorang terhadap barang dan jasa yang digunakan sebagai hasil dari proses pembelian oleh membandingkan kesan yang sebenarnya dengan harapan. Sehingga berdasarkan pada pendapat diatas maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah ketika harapan dan keinginan telah terpenuhi atau bahkan jauh diatas harapan dan keinginan konsumen tersebut (Dadang & Purnamasari, 2020; Pratama et. al., 2021; Wahyudi & Prawatya, 2012).

Dadang & Purnamasari (2020) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu sikap yang dirasakan oleh pengguna yang dihasilkan dari proses membandingkan harapan dengan hasil yang dirasakan (Dadang & Purnamasari, 2020). Isna, et. al. (2020) pada hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa apabila kualitas pelayanan ditingkatkan maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat (Sholihah, 2020).

E-Service Quality

E-Service Quality adalah jasa elektronik atau pelayanan elektronik yang dihubungkan melalui internet dan dapat membantu dalam penyelesaian masalah, tugas atau transaksi (Supriyanto et.al., 2021). Dengan adanya *e-commerce* maka system pelayanan dapat dilakukan secara elektronik. Menurut Bashir Ahmad Fida, et. al. (2020) *E-Service Quality* terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Fida et. al., 2020).

Penelitian dengan judul “Pengaruh *E-Service Quality*, *Islamic Branding*, dan *Islamic Advertising Ethics* Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus pada Konsumen Shopee di Indonesia” menyatakan bahwa *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai uji statistik sebesar $0.000 < 0.05$ (Cupian et. al., 2023).

Brand Image

Brand Image adalah konsep yang diciptakan oleh konsumen karena alasan subyektif dan emosi pribadinya (Savitri et. al. 2021). Dapat disimpulkan bahwa *Brand Image* (citra merek) merupakan kesan yang ditimbulkan oleh suatu merek dalam benak konsumen. Dapat dikatakan juga *Brand Image* sebagai bagian dari merek yang dapat dikenali namun tidak dapat diucapkan, seperti lambang, desain huruf, atau persepsi pelanggan atas sebuah produk atau jasa yang diwakili oleh mereknya (Syah & Olivia, 2022).

Indikator untuk mengukur variabel ini mengacu pada Cupian (2023) yaitu (1) *Recognition* yaitu dikenalnya sebuah merek oleh konsumen berdasarkan *past exposure*, (2) *Reputation* yaitu status yang cukup tinggi bagi sebuah merek, (3) *Affinity* yaitu hubungan emosional yang timbul antara merek dan konsumennya, (4) *Domain* yaitu seberapa besar jangkauan dari suatu produk yang mau menggunakan merek yang bersangkutan (Cupian et al., 2023).

Etika Bisnis Islam

Bagi seorang pengusaha, Etika Bisnis merupakan satu kesatuan dengan akhlak dalam berbisnis, jika seseorang telah menerapkan etika bisnis dengan baik maka dapat dikatakan pengusaha tersebut memiliki akhlak yang baik (Ali & Al-Aali, 2015; Bari & Abbas, 2011). Dalam padangan Islam etika bisnis merupakan suatu kewajiban dalam menjalankan usaha karena telah diatur berdasarkan pada Al-Quran dan Hadist sebagaimana hal tersebut mengatur perilaku manusia dalam menjalankan bisnis (Ali & Al-Aali, 2015).

Triwibowo (2023) mengungkapkan bahwa etika dalam Islam menyangkut norma dan tuntutan atau ajaran yang mengatur sistem kehidupan individu atau lembaga, kelompok dan masyarakat dalam interaksi hidup ketiganya dalam konteks *hablum minan nass* dan *hablum minallah* (Triwibowo & Adam, 2023).

METODE

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis kuantitatif yang menggunakan teknik *Purposive Sampling* yaitu teknik untuk menentukan sampel berdasarkan pada ciri – ciri tertentu yang dianggap memiliki hubungan yang erat dengan ciri – ciri dari populasi yang sudah diketahui sebelumnya (Singarimbun, 1989).

Berdasarkan pada pembahasan penelitian ini maka penelitian ini dapat dikategorikan sebagai *eksplanatory research* atau penelitian yang memiliki tujuan untuk menelusuri dan mengungkap faktor apa saja yang disinyalir dapat mempengaruhi suatu keadaan tertentu yang belum diketahui penyebab dari timbulnya permasalahan tersebut (Creswel, 2008).

Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini di dapatkan melalui penyebaran angket atau kuesioner dengan memanfaatkan *google form* guna efektifitas waktu dan biaya penelitian. Penyebaran kuesioner ini dilakukan guna mendapatkan data primer yang dibutuhkan pada penelitian untuk mengukur validitas dan reliabilitas sebuah data berkaitan dengan pengaruh *E-Service Quality*, *Brand Image* dan Etika Bisnis Islam terhadap Kepuasan Konsumen Shopee (Surahman et. al., 2016).

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan jumlah keseluruhan objek penelitian, populasi dapat berupa manusia ataupun benda hidup dan tak hidup yang memiliki sifat dapat di ukur atau di amati. Populasi pada penelitian ini adalah Mahasiswa Akuntansi dan Ekonomi Syariah Angkatan 2017 yang berada di Kampus Bondowoso.

Sampel pada penelitian ini adalah dipilih dengan menggunakan metode *Purposive Sampling* yaitu dengan pengambilan sampel berdasarkan parameter tertentu. *Purposive Sampling* memilih sampel berdasarkan karakteristik yang dianggap berkaitan erat dengan populasi yang diketahui.

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda karena pada penelitian ini ingin mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan alat pada penelitian ini diolah menggunakan alat bantu aplikasi SPSS versi 26.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menyebar kuisisioner kepada 100 responden. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan SPSS dengan memperhatikan tiap butir pernyataan pada variabel *E-Service Quality*, *Brand Image* dan Etika Bisnis Islam dengan ketentuan dapat dikatakan valid apabila nilai $t\text{-hitung} < t\text{ table}$.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	T hitung	T table	Keterangan
E-Service Quality	X1.a	0,821	0,1966	Valid
	X1.b	0,883	0,1966	Valid
	X1.c	0,886	0,1966	Valid
	X1.d	0,841	0,1966	Valid
	X1.e	0,930	0,1966	Valid
	X1.f	0,889	0,1966	Valid
Brand Image	X2.a	0,850	0,1966	Valid
	X2.b	0,798	0,1966	Valid
	X2.c	0,769	0,1966	Valid
	X2.d	0,825	0,1966	Valid
Etika Bisnis Islam	X3.a	0,706	0,1966	Valid
	X3.b	0,772	0,1966	Valid
	X3.c	0,853	0,1966	Valid
	X3.d	0,838	0,1966	Valid
Kepuasan konsumen	Y4.a	0,857	0,1966	Valid
	Y4.b	0,806	0,1966	Valid
	Y4.c	0,821	0,1966	Valid

Sumber: Data Peneliti Diolah (2023)

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan setelah alat ukur dinyatakan telah valid. Metode pengujian reliabilitas yang digunakan pada penelitian ini ialah menggunakan *Cronbach Alpha*. Yakni jika koefisien *cronbach alpha* > 0,6 maka dapat dinyatakan reliabel.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpa	Keterangan
<i>E-Service Quality</i>	0,948	Reliabel
<i>Brand Image</i>	0,874	Reliabel
Etika Bisnis Islam	0,843	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,876	Reliabel

Sumber: Data Peneliti Diolah (2023)

Berdasarkan table di atas menunjukkan bahwa nilai Cronbach Alpa pada setiap variabel > 0,6. Dengan demikian disimpulkan bahwa item pada kuisioner penelitian ini dinyatakan reliabel, sehingga bisa di aplikasikan kepada seluruh responden.

Uji Normalitas Data dengan *Normal P-Plots*

Salah satu cara untuk mengetahui normalitas data adalah dengan melihat histogram dan grafik P-Plot. Pada penelitian ini histogram berbentuk seperti gunung, yang artinya bahwa sebaran data dalam penilitan ini memiliki penyebaran dan distribusi normal (Surahman et al., 2016).

Begitupun dengan *probability plot* (Normal Plot) untuk variabel *E-Service Quality*, *Brand Image* dan Etika Bisnis Islam data yang digunakan dinyatakan terdistribusi normal dengan titik-titik yang menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linear dalam variabel independen yang terdapat pada model penelitian. Untuk melihat ada atau tidaknya multikolinearitas, penelitian ini menggunakan cara dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Ketentuan dari ada atau tidaknya multikolinearitas ialah apabila nilai VIF < cut- off dan nilai *tolerance* > 0,10 (Surahman et al., 2016).

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas memiliki tujuan apakah dalam sebuah penelitian dengan model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Cara yang digunakan dalam penelitian ini untuk melihat ada atau tidaknya heteroskedastisitas ialah dengan melihat nilai signifikansi. Apabila probabilitas signifikansi diatas 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya. Berikut adalah tabel hasil uji heteroskedastisitas:

Tabel 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

<i>Test of Heteroscedasticity</i>	<i>Sig.</i>	Nilai	Keterangan
<i>E-Service Quality</i> (X1)	0,768 >	0,05	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
<i>Brand Image</i> (X2)	0,084 >	0,05	Tidak terjadi Heteroskedastisitas

Etika Bisnis Islam 0,301 > 0,05 Tidak terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Data Peneliti Diolah (2023)

Uji Hipotesis

1. Koefisien Determinan (R²)

Pada penelitian ini koefisien determinan dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh *E-Service Quality*, *Brand Image* dan Etika Bisnis Islam terhadap Kepuasan Konsumen Shopee. Hasil koefisien determinan dapat dilihat dari nilai *r square* yang pada penelitian ini menunjukkan angka sebesar 0,895 yang berarti bahwa pengaruh variabel X1, X2, X3 dan X4 secara simultan terhadap variabel Y adalah sebesar 89,5%.

2. Uji F

Dalam penelitian ini, uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari tiga variabel terhadap variabel Kepuasan Konsumen secara simultan. Apabila probabilitas signifikansi > 0,5 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan sehingga H₀ diterima. Sebaliknya, apabila probabilitas signifikansi < 0,5 maka terdapat pengaruh signifikan sehingga H₀ ditolak.

Nilai signifikansi untuk pengaruh X1, X2 dan X3 diketahui secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,00 < 0,05$, sementara hasil nilai F hitung $127,196 > F$ tabel 2,54. Oleh karenanya dapat diambil kesimpulan bahwa H₀ ditolak yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara variabel independent terhadap variabel dependen.

3. Uji T

Dasar pengambilan keputusan pada uji T ini ialah apabila nilai *t* hitung < *t* tabel maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen, dan sebaliknya. Setelah dihitung menggunakan rumus dan diolah menggunakan SPSS maka hasilnya nilai *t* tabel untuk uji T pada penelitian ini ialah 2,0040. Nilai *t* tabel inilah yang menjadi acuan penelitian dalam mengambil kesimpulan.

PEMBAHASAN

Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *E-Service Quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen yang ditunjukkan dari hasil analisis uji signifikansi parsial ialah sebesar $0,003 < 0,05$ dan $3,064 > 2,0040$, dimana *t* hitung lebih besar nilainya dibandingkan dengan *t* tabel.

Pada indikator X1.1 menyatakan bahwa Shopee Indonesia telah memberikan layanan kepada konsumennya secara maksimal. Artinya pihak Shopee telah memanjakan konsumennya dengan layanan terbaik sesuai yang dijanjikan (Dadang & Purnamasari, 2020). Hal ini senada dengan variabel Y1.1 yang menyebutkan bahwa Shopee Indonesia memiliki kualitas pelayanan yang baik. Pada indikator X1.2 yang menyatakan bahwa pihak Shopee Indonesia selalu menanggapi keluhan konsumen melalui Customer Service. Berbanding lurus dengan variabel Y1.3 yang menyebutkan bahwa konsumen Shopee sudah tercukupi dengan layanan yang diberikan, sehingga minim pengaduan yang dilayangkan.

Penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Asnaniyah (2022) dengan judul “Pengaruh *E-Service Quality*, *Islamic Branding*, dan *Islamic Advertising Ethics* Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus pada Konsumen Shopee di Indonesia” yang menunjukkan bahwa *E-Service Quality* berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada aplikasi Shopee (Asnaniyah, 2022; Basalamah, 2022).

Pengaruh Signifikan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Brand Image* memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen yang ditunjukkan dari hasil analisis uji signifikansi parsial ialah sebesar $0,012 < 0,05$ dan $2,589 > 2,0040$, dimana t hitung lebih besar nilainya dibandingkan dengan t tabel.

Pada indikator Y1.1 yang menyatakan bahwa Shopee memiliki kualitas pelayanan yang baik sehingga konsumen dapat berbelanja dengan nyaman. Hal tersebut signifikan dengan indikator X2.3 yang menyebutkan bahwa konsumen merasa nyaman ketika berbelanja di Shopee (Ginting et al., 2023; Sriwahyuni, Tutik & Ningrum, 2021). Pada indikator Y1.3 dijelaskan bahwa konsumen Shopee sudah tercukupi dengan layanan yang diberikan, sehingga minim komplain yang dilayangkan kepada pihak Shopee. Hal tersebut signifikan dengan indikator X2.2 yaitu Shopee Indonesia memiliki kredibilitas tinggi, dapat dipercaya dan memiliki banyak pengguna (Asnaniyah, 2022; Rita et. al. 2019; Syah & Olivia, 2022).

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Juhria (2021) dengan judul “Merek dan Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran” yang menunjukkan bahwa dimensi kualitas yang didalamnya terdapat kepuasan konsumen pada produk-produk yang dibeli dalam aplikasi Shopee (Juhria et. al. 2021; Sriwahyuni et. al. 2021).

Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Etika Bisnis Islam memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Pada indikator Y3.1 yang menjelaskan bahwa Shopee Indonesia memiliki kualitas pelayanan yang baik. Hal tersebut signifikan dengan indikator X3.3 yaitu jika terdapat kesalahan pada sistemnya maka Shopee siap bertanggungjawab sepenuhnya (Hasanah et. al., 2023). Begitu pula pada indikator Y1.2 yang menyebutkan bahwa Shopee menjadi perusahaan online shop ternama di Indonesia dengan kualitas pelayanan nomor satu di Indonesia. Hal tersebut signifikan dengan indikator X3.4 yaitu ketika berbelanja di Shopee tidak ada produk yang tidak sesuai dengan yang ditawarkan (Cesariana et. al., 2022; Delfmann et. al., 2002; Sriwahyuni et. al., 2021).

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu yang menunjukkan bahwa dimensi Etika Bisnis Islam yang didalamnya terdapat produk-produk yang berkualitas dan terpercaya untuk dibeli (Triwibowo & Adam, 2023; Abdul Mannan, 2021).

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan di atas, maka dapat di simpulkan bahwa secara parsial (pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat) terdapat pengaruh positif signifikan *E-Service Quality*, *Brand Image* dan Etika Bisnis Islam terhadap kepuasan konsumen shopee pada mahasiswa ekonomi syariah dan akuntansi di Universitas Jember kampus Bondowoso. Selain itu hasil penelitian juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan variabel *E-Service Quality*, *Brand Image*, Etika Bisnis Islam secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen Shopee pada Mahasiswa Ekonomi Syariah dan Akuntansi di Universitas Jember kampus Bondowoso. Hal ini mengindikasikan bahwa elemen-elemen perlu mendapatkan perhatian yang serius bagi pemasaran karena *E-Service Quality*, *Brand Image* dan Etika Bisnis Islam akan mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan pembeliannya.

Terkait dengan penelitian ini maka perusahaan Shopee perlu mengkaji kembali dan mengembangkan kebijakan baru untuk pemasaran, khususnya pada variabel *E-Service Quality* karena dalam penelitian ini variabel *E-Service Quality* memiliki pengaruh yang paling besar dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen. Variabel pemasaran lainnya juga perlu mendapatkan perhatian, misalkan dengan tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk, menawarkan pelayanan yang lebih menarik, inovatif dan harga yang terjangkau. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan variabel yang lebih

beragam dan jumlah sampel yang lebih besar, agar semakin menambah tingkat keandalan hasil penelitiannya.

REFRENSI

- Abdul Mannan, I. S. R. (2021). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Mikro Mebel/UMKM. *IZZII : Jurnal Ekonomi Islam*, 1(2).
- Ali, A. J., & Al-Aali, A. (2015). Marketing and Ethics: What Islamic Ethics Have Contributed and the Challenges Ahead. *Journal of Business Ethics*, 129(4), 833–845. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2131-x>
- Asnaniyah, S. (2022). Pengaruh E-Service Quality, E-Trust Dan E-Satisfaction Terhadap E-Loyalty Konsumen Muslim. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 1(2). <https://doi.org/10.56436/jocis.v1i2.142>
- Bari, A., & Abbas, R. Z. (2011). Advertisement & Islam: a Muslim World Perspective. *Australian Journal of Business and Management Research*, 1(6), 152–157.
- Basalamah, R. (2022). Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen dalam Berbelanja online di Shopee co.id. *Jurnal Ekonomika*, 6(1).
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). MODEL KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE: KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, 3(1). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.867>
- Constantinides, E. (2014). Foundations of Social Media Marketing. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 148, 40–57. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.016>
- Creswel, J. W. (2008). *Re[1] J. W. Creswel, Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. SAGE Publications, 2008.search Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. sage publications.*
- Cupian, Khairunisa, L., & Annisa, S. N. (2023). Pengaruh Lifestyle, Islamic Branding dan E-service Quality terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Muslim melalui Media Sosial Instagram (Studi pada Masyarakat Muslim Provinsi Jawa Barat). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01).
- Dadang, D., & Purnamasari, H. (2020). PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP SISTEM TRANSAKSI ONLINE SHOP SHOPEE (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas *JMB: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*.
- Delfmann, W., Albers, S., & Gehring, M. (2002). The impact of electronic commerce on logistics service providers. *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management*, 32(3), 203–222. <https://doi.org/10.1108/09600030210426539>
- Fida, B. A., Ahmed, U., Al-Balushi, Y., & Singh, D. (2020). Impact of Service Quality on Customer Loyalty and Customer Satisfaction in Islamic Banks in the Sultanate of Oman. *SAGE Open*, 10(2). <https://doi.org/10.1177/2158244020919517>
- Ginting, Y. M., Chandra, T., Miran, I., & Yusriadi, Y. (2023). Repurchase intention of e-commerce customers in Indonesia: An overview of the effect of e-service quality, e-word of mouth, customer trust, and customer satisfaction mediation. *International Journal of Data and Network Science*, 7(1). <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.10.001>

- Hasanah, Iit Hoiriyatul., Saleh, M., & Roziq, Ahmad. (2023). Peran BMT Nuansa Umat Dalam Memberdayakan Ekonomi Masyarakat Di Kecamatan Grujugan Kabupaten Bondowoso. *IJABAH*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.19184/ijabah.v1i1.247>
- Juhria, A., Meinitasari, N., Iqbal Fauzi, F., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh E-Service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan di Aplikasi E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen*, 13(1).
- Pratama, Y., Heryanto, I., Dwiyanisa, A., & Megawati, I. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 14(2). <https://doi.org/10.55208/bistek.v14i2.231>
- Ramadhani, I., & Nadya, P. S. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Fesyen Muslim Hijup. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*, 1177(2776–1177).
- Rita, P., Oliveira, T., & Farisa, A. (2019). The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping. *Heliyon*, 5(10). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02690>
- Rujiansyah, R. (2017). ETIKA BISNIS DALAM ISLAM. *Jurnal Ekonomika: Manajemen, Akuntansi, Dan Perbankan Syari'ah*, 4(1). <https://doi.org/10.24903/je.v4i1.209>
- Sari, R., & Raymond, R. (2021). PENGARUH CRM DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA ONLINE SHOPE JOSHSTORE BATAM. *Scientia Journal*, 4(4).
- Sari, Tia Puspita. (2014). Pengaruh Produk Hotel Syariah Terhadap Keputusan Tamu Menginap Di Sofyan Hotel Betawi Dki Jakarta Universitas Pendidikan Indonesia. repository.upi.edu. perpustakaan.upi.edu, 1–8.
- Savitri, C., Hurriyati, R., Wibowo, L. A., & Hendrayati, H. (2021). The role of social media marketing and brand image on smartphone purchase intention. *International Journal of Data and Network Science*, 6(1). <https://doi.org/10.5267/J.IJDNS.2021.9.009>
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Hansen, H. vard. (2012). *Consumer Behaviour: A European Outlook* (Second 2nd). New York: Pearson Financial Times/Prentice Hall. Retrieved from https://books.google.co.id/books/about/Consumer_Behaviour.html?hl=id&id=kf9TuQAACAAJ&redir_esc=y
- Sholihah, I. A. (2020). Pengaruh Suasana Cafe dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Merdeka Cafe Nganjuk. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(1).
- Singarimbun, M. (1989). *Metode Penelitian Survai.pdf*. LP3ES.
- Sriwahyuni, Tutik, J., & Ningrum, I. K. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Shopee. *Pendidikan Edutama*.
- Supriyanto, A., Wiyono, B. B., & Burhanuddin, B. (2021). Effects of service quality and customer satisfaction on loyalty of bank customers. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1937847>
- Surahman, Rachmat, M., & Supardi, S. (2016). Metodologi Penelitian. *Metodologi Penelitian*, (1).
- Syah, T. Y. R., & Olivia, D. (2022). Enhancing Patronage Intention on Online Fashion Industry in Indonesia: The Role of Value Co-Creation, Brand Image, and E-Service Quality. *Cogent Business and Management*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2065790>
- Triwibowo, A., & Adam, M. A. (2023). Etika Bisnis Islam Dalam Praktek Bisnis Di Era Digital Ekonomi. *Margin: Jurnal Bisnis Islam Dan Perbankan Syariah*.

- Wafa, M. A., Lilis Yuliati, & Agung Budi Sulistiyo. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Tabungan terhadap Minat Menabung Masyarakat Bondowoso pada Bank Muamalat. *IJABAH*, *1*(2), 111–116. <https://doi.org/10.19184/ijabah.v1i2.392>
- Wahyudi, T., & Prawatya, Y. E. (2012). Analisis Pengaruh Marketing Mix terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor. *Elkha*, *4*(2), 34–37.
- Wigati, S. (2011). Perilaku Konsumen dalam Prespektif Ekonomi Islam. *PrilakuKonsumen*, *01*(01), 18.

PENGARUH ZAKAT, INFAK, DAN SEDEKAH (ZIS) DAN PEMBIAYAAN PERBANKAN SYARIAH TERHADAP PEREKONOMIAN DI INDONESIA TAHUN 2012 – 2022

Mochammad Cholil*

Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember, Indonesia

Mochammad Fathorrazi

Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember, Indonesia

Lilis Yuliati

Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember, Indonesia

*Corresponding author, email: 190810102006@mail.unej.ac.id

ABSTRACT

This article aims to examine the influence of ZIS and sharia banking financing on the economy in Indonesia, in the short also long term. This article data is secondary time series data in the form of quarters from 2012 - 2022. The analysis in this research uses VAR/VECM estimation with independent variables namely ZIS and sharia banking while the dependent variable is GDP. The VECM estimation results of this article show that in the short term ZIS in the last 3 quarters had a significant positive impact on Indonesia's GDP, then in the long term ZIS in 1 quarter which then had a positive significant impact on Indonesia's GDP. Meanwhile, sharia banking financing (IBF) in the short term has no impact on Indonesia's GDP, while in the long term sharia banking financing (IBF) in the past quarter has had a positive significant impact on Indonesia's GDP.

Keywords: Zakat, sharia financing, GDP.

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan guna menguji pengaruh ZIS serta pembiayaan perbankan syariah pada perekonomian di Indonesia, pada jangka pendek ataupun jangka panjang. Data penelitian ini merupakan data sekunder time series berupa triwulan dari 2012 - 2022. Analisis dalam penelitian ini menggunakan estimasi VAR/VECM dengan variabel independen yakni ZIS dan pembiayaan perbankan syariah sedangkan variabel dependennya adalah Produk Domestik Bruto (PDB). Temuan estimasi VECM penelitian ini menjelaskan bahwasanya dalam jangka pendek ZIS saat 3 kuartal yang lalu memberi pengaruh positif & signifikan pada PDB Indonesia, kemudian dalam jangka panjang ZIS saat 1 kuartal yang lalu memberi pengaruh positif & signifikan pada PDB Indonesia. Sedangkan pembiayaan perbankan syariah (IBF) pada jangka pendek tidak memberi pengaruh pada PDB Indonesia, sementara pada jangka panjang pembiayaan perbankan syariah (IBF) saat 1 kuartal yang lalu memberi pengaruh positif & signifikan pada PDB Indonesia.

Kata kunci: Zakat, pembiayaan syariah, PD.

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi merupakan indikator keberhasilan negara dalam mewujudkan kesejahteraan umum. Berhasilnya pembangunan ekonomi dapat dilihat dari peningkatan pertumbuhan ekonomi suatu

negara. Pertumbuhan ekonomi ini merupakan permasalahan perekonomian global baik negara berkembang atau negara maju sekalipun. Hal ini berkaitan langsung dengan strategi negara dalam memaksimalkan faktor - faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi (Adibah, 2021). Berdasarkan data yang bersumber dari World Bank, Gross Domestic Product (GDP) Indonesia dari tahun 2013 - 2019 konstan di angka 5% kemudian mengalami penurunan menyentuh angka 2% di tahun 2020 (Gross Domestic Product, World Bank, 2022). Kondisi ini membuktikan bahwa perekonomian negara dalam keadaan tidak baik, sehingga diperlukan instrumen alternatif yang dapat meningkatkan perekonomian Indonesia.

Hadirnya lembaga zakat dan perbankan syariah merupakan jawaban dari permasalahan perekonomian Indonesia, mengingat mayoritas penduduk Indonesia yang beragama Islam. Sehingga menjadikan instrumen ekonomi syariah mempunyai potensi besar dalam memberikan kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Menurut data dari Outlook Zakat Indonesia oleh BAZNAS, data pengumpulan serta penyaluran dana Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) setiap tahunnya mengalami peningkatan mulai dari tahun 2015 – 2020 dengan penyaluran tertinggi pada tahun 2020 yaitu mencapai 357 Miliar (Outlook Zakat Indonesia, BAZNAS, 2022).

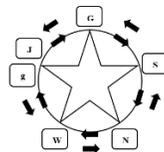
Meskipun ZIS memiliki potensi besar, kontribusi yang diberikan dana zakat terhadap perekonomian belum menunjukkan kontribusi yang positif dan konstruktif, ditandai dengan masih banyaknya masyarakat miskin di Indonesia. Hal ini membuktikan bahwa pendistribusian dana zakat masih belum maksimal (Munandar et al., 2020). Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh pusat kajian strategis BAZNAS yang mengatakan bahwa zakat berpengaruh pada pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan kapasitas daya beli mustahik dan mendorong investasi sehingga produktivitas akan meningkat (Statistik Zakat Nasional BAZNAS, 2019).

Selanjutnya berdasarkan dari laporan keuangan OJK realisasi dana pembiayaan perbankan syariah oleh bank umum syariah setiap tahunnya juga mengalami peningkatan, mulai tahun 2015 - 2021. Realisasi dana pembiayaan tertinggi untuk kebutuhan konsumsi mencapai 212 Triliun, kebutuhan modal kerja 117 Triliun, dan kebutuhan investasi 91 Triliun di tahun 2021 (Laporan Keuangan Perbankan Syariah, OJK, 2022). Pembiayaan yang tinggi ini diharapkan dapat menggerakkan perekonomian nasional. Hal ini sejalan dengan penelitian (Setiawan, 2020) yang mengatakan pembiayaan perbankan syariah signifikan memberi pengaruh pada pertumbuhan ekonomi Indonesia. Namun berbeda dengan penelitian (Baehaqy & Cahyono, 2019) mengatakan bahwa pembiayaan syariah memberi pengaruh negatif pada pertumbuhan ekonomi dikarenakan kuantitas pembiayaan syariah di Indonesia relatif kecil jika dibandingkan dengan kredit konvensional.

KAJIAN TEORI

Teori Pertumbuhan Ekonomi, Circle of Equity (Ibnu Khaldun)

Grand teori pada penelitian ini yaitu teori *Circle of Equity* hasil pemikiran Ibnu Khaldun. Berdasarkan teori ini untuk mencapai suatu perekonomian yang baik diperlukan keterkaitan antara beberapa variabel, di antaranya Pemerintah (G), Syariah (S), Kesejahteraan (W), Pembangunan Ekonomi (g), Keadilan (J), dan Masyarakat (N). Model *Circle of Equity* ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Circle of Equity, Ibnu Khaldun

Sumber: (Chapra, 2001)

Berdasarkan Gambar 1 di atas, menjelaskan bahwa semua variabel dalam model memiliki keterkaitan satu sama lain. Pembangunan ekonomi (g) merupakan salah satu cara pemerintah atau negara (G) dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakatnya. Pembangunan Ekonomi (g) dan Tingkat kesejahteraan (W) berbanding lurus apabila pembangunan ekonomi meningkat maka kesejahteraan akan meningkat. Selanjutnya untuk mencapai perekonomian yang baik harus diikuti dengan kesadaran syariah (S) yang di dalamnya dimuat aturan dalam beribadah dan bermuamalah. Kemudian dari masyarakat yang sejahtera akan muncul kemudahan untuk memenuhi aturan syariat misalnya di penelitian ini yaitu penunaian ZIS serta penerapan pembiayaan syariah. Sehingga dari pemenuhan syariat inilah yang nantinya dapat meningkatkan pembangunan ekonomi serta akan diiringi dengan kesejahteraan masyarakat, artinya antara perekonomian, kesejahteraan, dan syariah terdapat hubungan timbal balik yang kuat serta saling mempengaruhi (Wicaksono & Faizah, 2020).

Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS)

Menurut ulama Syafi'iyah zakat merupakan harta tertentu yang dikeluarkan dengan cara tertentu serta diberi ke golongan tertentu (Munfaati, 2022). Sementara berdasar pada UU RI No. 23 Tahun 2011 terkait pengelolaan zakat pasal 1 ayat 2, zakat ialah kewajiban seorang Muslim mengeluarkan beberapa hartanya untuk diberikan kepada golongan khusus sesuai ketetapan syariah. Zakat merupakan pendistribusian kekayaan dari seseorang yang hartanya lebih kepada seseorang yang hartanya kurang (Putri, 2019). Zakat yakni rukun Islam yang wajib dijalankan umat Islam.

Kewajiban zakat ditetapkan berlandaskan prinsip hukum yang digariskan di surat Al- Baqarah/2: 43:

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْزُقُوا مَعَ الرَّكْعَيْنِ

"Dan dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat dan ruku'lah beserta orang-orang yang ruku" (S. A. Putri, 2019)

Istilah syariat Islam, infak dan sedekah hampir sama dalam ketentuan dan hukumnya yang membedakan hanya pada objeknya. Infak identik dengan materi sementara sedekah bisa materi dan non materi sehingga cakupan sedekah lebih luas dan fleksibel. Infak ialah pengeluaran sukarela yang dijalankan individu setiap kali mendapat rezeki lebih sebagai bentuk rasa syukur (Hidayat, 2010:316). Berdasarkan UU RI No. 23 Tahun 2011 Pasal 1 Ayat 3 dijelaskan bahwasanya infak merupakan harta yang dikeluarkan individu atau badan usaha di luar zakat untuk kemaslahatan umum. Sementara sedekah ialah pemberian sukarela yang dilakukan individu ke individu lain terutama orang yang membutuhkan (Hidayat, 2010:316).

Zakat, infak dan sedekah memiliki peran penting bagi perekonomian Indonesia yang didominasi oleh umat Islam, baik kontribusi secara mikro maupun makro. Mulai dari mendorong investasi, meningkatkan produktivitas, meningkatkan konsumsi, meningkatkan pendapatan, membantu tumbuhnya usaha kecil, serta memperluas lapangan kerja (Mohamad et al., 2020). Kontribusi Zakat, Infak, dan Sedekah untuk perekonomian di antaranya sebagai berikut:

1.) Pemerataan Pendapatan

Manajemen pengelolaan lembaga zakat yang baik seperti profesionalitas amil dan transparansi lembaga dapat meningkatkan kepercayaan muzaki, dengan kepercayaan ini kuantitas dana zakat yang terhimpun dan pendistribusian dana zakat akan meningkat sehingga cakupan pengaruh lembaga zakat akan lebih luas lagi. Hal inilah yang akan memperpendek *gap* antar golongan masyarakat sehingga dapat menciptakan distribusi kekayaan yang merata (Afnan, 2022).

2.) Pertumbuhan Sektor Riil

Program pendayagunaan berupa pemberian modal usaha berupa uang atau aset seperti gerobak, etalase, peralatan toko dan lain-lain dapat meningkatkan produktivitas masyarakat serta disisi lain dapat juga meningkatkan daya beli masyarakat terutama mustahik (Munfaati, 2022)

3.) Pembangunan SDM

Akses pendidikan dan kesehatan yang terbilang cukup mahal menyebabkan sulit dijangkau oleh masyarakat yang kekurangan dalam finansial, melalui program lembaga zakat berupa beasiswa dan berobat gratis atau program lainnya dapat mempermudah akses masyarakat terutama mustahik untuk memperoleh akses pendidikan dan kesehatan. Sehingga nantinya kuantitas SDM yang berkualitas akan meningkat (Munfaati, 2022).

Pembiayaan Perbankan Syariah

Perbankan syariah merupakan lembaga keuangan syariah yang segala bentuk kegiatannya berorientasi hukum syariat yang dilandaskan pada Al- Quran dan Hadist serta berdasarkan Ijtihad ulama (Krisnia, 2021). Sementara menurut (Madani & Widiastuti, 2021) pembiayaan merupakan pemberian dana dari unit surplus ke unit defisit yang selanjutnya pihak defisit harus mengembalikan dana yang telah diberikan melalui bagi hasil atau lainnya berdasarkan kesepakatan antara kedua belah pihak. Perbankan syariah ini mempunyai potensi besar di Indonesia akan tetapi pembiayaan perbankan syariah masih relatif kecil bila dibanding kredit konvensional, sehingga muncul alternatif mergernya tiga bank besar BUMN yaitu BNI Syariah, Mandiri Syariah, dan BRI Syariah menjadi BSI (Adenan et al., 2023). Mergernya Bank ini dapat mengefisiensi biaya serta memperkuat permodalan sehingga dana pembiayaan Bank syariah dapat bersaing dengan kredit konvensional. Pembiayaan perbankan syariah memiliki beberapa jenis produk pembiayaan di antaranya (Wardani, 2021).

1. Pembiayaan Prinsip Jual Beli

Pembiayaan ini biasanya diperuntukkan untuk memiliki suatu barang atau produk tertentu, baik barang konsumtif atau barang produktif seperti rumah, mobil, sepeda motor dll. Pihak bank syariah membeli barang atau produk terlebih dahulu dari pihak ketiga yang kemudian nantinya akan dijual kepada nasabah dengan keuntungan yang ditetapkan di awal melalui kesepakatan.

2. Pembiayaan Sewa Menyewa

Pembiayaan sewa menyewa pada bank syariah terdapat 2 akad yaitu *ijarah murni* yang merupakan sewa-menyewa secara murni atas suatu aset dan yang kedua *ijarah muntahia bit tamlik* yaitu sewa menyewa yang diikuti opsi pemindahan kepemilikan objek yang disewakan pada masa akhir sewa.

3. Pembiayaan Prinsip Bagi Hasil

Pembiayaan ini diperuntukkan untuk pelaku usaha di mana kuantitas keuntungan usaha yang dilakukan oleh mitra nantinya akan menentukan keuntungan yang diterima perbankan syariah. Pembiayaan prinsip bagi hasil ini pada bank syariah terdapat 2 akad yaitu *musyarakah* dan *mudharabah*. Musyarakah yaitu akad kerja sama antar bank dan nasabah yang keduanya memberikan kontribusi dana dalam melaksanakan usaha sedangkan akad *mudharabah* yaitu akad kerja sama antar perbankan dan nasabah di mana perbankan bertindak menjadi pengelola modal (*shohibul maal*) sementara nasabah menjadi pengelola usaha (*mudharib*).

Berdasarkan keterkaitan rumusan masalah dengan kajian teori serta acuan beberapa penelitian terdahulu, maka hipotesis di penelitian ini yaitu:

H₁: ZIS ada pengaruh positif pada PDB di Indonesia.

H₂: Pembiayaan perbankan syariah ada pengaruh positif pada PDB di Indonesia.

METODE

Metode yang dipergunakan di penelitian ini yaitu kuantitatif, di mana metode ini dapat diukur menggunakan bantuan *software* berupa *evIEWS*. Metode ini memakai data konkret yang diperoleh dari sumber valid dan terpercaya, di mana data total penyaluran Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) yang diperoleh melalui web resmi BAZNAS, rekapitulasi pembiayaan perbankan syariah yang diperoleh melalui web resmi Otoritas Jasa Keuangan (OJK), kemudian data pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) yang didapat melalui Badan Pusat Statistik (BPS). Data tersebut kemudian dilakukan pengujian menggunakan mode vektor *autoregressive* untuk mengukur pengaruh jangka pendek atau jangka panjang antar variabel, model persamaan regresi di penelitian ini yakni:

$$PDB_t = \alpha + \beta_1 ZIS_{t-1} + \beta_2 IBF_{t-1} + e_t$$

Keterangan:

PDB : *Product Domestic Bruto* (Persen)

ZIS : Zakat, Infak, dan Sedekah (Persen)

IBF : *Islamic Bank Financing* (Persen)

α : Konstanta

β_1, β_2 : Koefisien untuk mendeskripsikan pengaruh antar variabel

t : Periode

e_t : *Error term*

Penelitian ini mempergunakan data sekunder, *time series* berupa triwulan dengan periode 2012 - 2022. Variabel bebas di penelitian ini yakni Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS), dan *Islamic Bank Financing* (IBF) sementara variabel terikat pada penelitian ini yaitu Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, deskripsi operasional variabel dapat disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1. Deskripsi Variabel

Variabel	Deskripsi	Sumber	Unit Analisis
PDB	Produktivitas barang atau jasa serta pendapatan nasional pada periode tertentu (Harga konstan).	BPS	Miliar
ZIS	Pendistribusian kekayaan dari seseorang yang hartanya lebih kepada seseorang yang hartanya kurang.	BAZNAS	Miliar
IBF	Dana yang disediakan bank syariah melalui kesepakatan, di mana nasabah bertanggung jawab mengembalikan sejumlah dana yang diperoleh kepada pihak bank syariah	OJK	Miliar

Sumber: Literatur diolah, 2023

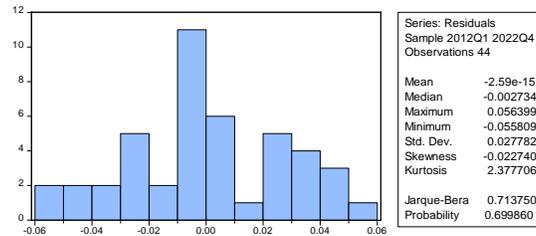
HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen dan variabel dependen berdistribusi normal atau tidak. Hasil uji normalitas pada penelitian ini yaitu:



Gambar 2. Uji Normalitas

Berdasarkan Gambar 2 di atas, menunjukkan bahwa nilai probabilitas (0.699) > taraf signifikansi (0.05). Sehingga dapat disimpulkan data variabel pada penelitian ini sudah terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui adanya hubungan korelasi linear antar variabel independen, hasil pengujian pada penelitian ini yaitu:

Tabel 2. Uji Multikolinearitas

Variabel	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	0.085141	4627.941	NA
LOG_ZIS	8.85E-05	55.66401	4.519188
LOG_IBF	0.000552	5517.477	4.519188

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 2 di atas, menunjukkan bahwa nilai *Variance Inflation Factors/ VIF* (4,519) \leq 10, maka dapat disimpulkan tidak terdapat masalah multikolinearitas.

c. Uji Autokorelasi

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui adanya penyimpangan korelasi yang terjadi antara residual pada model regresi. Pengujian ini dilakukan dengan pengujian Durbin – Watson.

Table 3. Uji Autokorelasi (Durbin - Watson)

R Squared	Adjusted Squared	R S.E of Estimate	Durbin Watson	-
0.062058	0.015161	0.024781	2.102433	

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 3 di atas, menunjukkan bahwa nilai Durbin - Watson/ dw (2.102433). Kemudian diketahui jumlah data (n) = 44, sementara jumlah variabel independen (k) = 2, sehingga diperoleh dari tabel Durbin - Watson, nilai dl = 1.4226, nilai $4 - dl$ = 2.5774, nilai du = 1.6120, dan nilai $4 - du$ = 2.388. Karena nilai du (1.6120) < dw (2.102433) < $4 - du$ (2.388), maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah autokorelasi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Pengujian ini menggunakan pengujian *Glejser Test*, dengan hasil pengujian yaitu:

Tabel 4. Uji Heteroskedastisitas (*Glejser Test*)

F- Statistik	2.670141	Prob. F(2,41)	0.0813
R - Squared	5.070587	Prob. Chi - Square(2)	0.0792
Scale explained SS	4.697480	Prob. Chi - Square(2)	0.0955

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4 di atas, menunjukkan bahwa nilai Probabilitas F-Statistik (0.0813) > taraf signifikansi (0.05), sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak mengandung masalah heteroskedastisitas.

Uji Stasioneritas

Pengujian ini merupakan syarat pertama sebelum masuk estimasi *VAR/VECM*, di mana pengujian ini bertujuan untuk mengamati apakah koefisien tertentu dari model otoregresif yang ditaksir mempunyai nilai yang sama atau tidak (S. A. Putri, 2019). Pengujian ini dilakukan menggunakan model *Augmented Dicky Fuller (ADF Test)*, dengan hasil pengujian yaitu:

Tabel 5. Uji Stasioneritas Data

Variabel	Unit Root Test	Statistik ADF	Probabilitas	Keterangan
LOG_PDB	Level	-1.104638	0.7050	Tidak Stasioner
	First difference	-10.62625	0.0000	Stasioner
LOG_ZIS	Level	0.906103	0.9946	Tidak Stasioner
	First difference	-9.953754	0.0000	Stasioner
LOG_IBF	Level	-3.495752	0.0128	Stasioner
	First difference	-4.772718	0.0004	Stasioner

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 5 di atas, menunjukkan bahwa data variabel PDB dan ZIS pada penelitian ini tidak stasioner ditingkat Level. Selanjutnya dilakukan *differencing* pertama di mana menunjukkan bahwa variabel PDB, ZIS, dan IBF sudah stasioner ditingkat *first difference*, dengan nilai probabilitas secara berurutan (0.0000), (0.0000), (0.0004) < taraf signifikansi (0.05).

Uji Lag Optimum

Pengujian ini bertujuan untuk menghilangkan masalah autokorelasi dalam estimasi VAR/VECM, model yang digunakan pada pengujian ini yaitu *Akaike Information Criterion (AIC)*, *Schwarz Information Criterion (SIC)*, *Hannan - Quinn Criterion (HQC)*, dengan hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 6. Uji Lag Optimum

Lag	LogL	AIC	SIC	HQC
0	157.6472	-7.732358	-7.605692	-7.686560
1	182.2885	-8.514423	-8.007760	-8.331230
2	200.8153	-8.990765	-8.104103	-8.670176
3	217.6433	-9.382167*	-8.115508*	-8.924183*

Sumber: Data diolah, 2023

Tabel 6 di atas menunjukkan bahwa nilai terkecil dari masing- masing kriteria berada di Lag 3, sehingga dalam tahap pengujian selanjutnya menggunakan Lag 3.

Uji Stabilitas VAR

Pengujian ini dilakukan untuk menguji stabil tidaknya estimasi VAR, apabila estimasi VAR tidak stabil maka menyebabkan pengujian terakhir yaitu *IRF* tidak valid (Octaviana, 2022). Hasil pengujian ini sebagai berikut:

Tabel 7. Uji Stabilitas VAR

No	Root	Modulus
1	0.021516 - 0.918119i	0.918371
2	0.021516 + 0.918119i	0.918371
3	-0.866476	0.866476
4	-0.841885	0.841885
5	0.644496 - 0.347111i	0.732026
6	0.644496 + 0.347111i	0.732026

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 7 di atas, menunjukkan seluruh nilai *roots*-nya memiliki modulus < 1, sehingga dapat disimpulkan model estimasi VAR sudah stabil.

Uji Kausalitas Granger

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab akibat antar variabel, hasil pengujian ini yaitu:

Tabel 8. Uji Kausalitas Granger

Null Hypothesis	F-Statistic	Prob
LOG_ZIS does not Granger Cause LOG_PDB	1.04027	0.3872

LOG_PDB	does not	Granger Cause	LOG_ZIS	8.59455	0.0002
LOG_IBF	does not	Granger Cause	LOG_PDB	0.75917	0.5248
LOG_PDB	does not	Granger Cause	LOG_IBF	5.32600	0.0041
LOG_IBF	does not	Granger Cause	LOG_ZIS	7.35881	0.0006
LOG_ZIS	does not	Granger Cause	LOG_IBF	1.93889	0.1419

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 8 di atas, menunjukkan bahwa Produk Domestik Bruto (PDB) memiliki hubungan sebab akibat dengan Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS), dengan nilai probabilitas (0.0002) < taraf signifikansi (0.05).

Uji Kointegrasi

Pengujian ini bertujuan untuk melihat terdapat pengaruh jangka panjang antar variabel. Uji kointegrasi yang digunakan berdasarkan *Johansen Cointegration*, dengan hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 9. Uji Kointegrasi (Johansen)

Hypothesized No. of CE(s)	Trace Statistic	0,05 Critical Value	Probability
None *	47.57534	29.79707	0.0002
At most 1 *	21.13898	15.49471	0.0063
At most 2 *	6.170777	3.841466	0.0130

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 9 di atas, menunjukkan bahwa nilai *Trace Statistic* (47.57534) > nilai *Critical Value* (29.79707). Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat satu persamaan yang terkointegrasi, artinya untuk pengujian selanjutnya menggunakan estimasi VECM.

Estimasi VECM

Pengujian ini bertujuan untuk melihat pengaruh jangka pendek dan jangka panjang antar variabel. Hasil estimasi dapat dikatakan berpengaruh signifikan apabila nilai t- hitung > nilai t-tabel. Diketahui t-tabel pada penelitian ini = 2,01669, Hasil pengujian ini sebagai berikut:

Tabel 10. Estimasi VECM

Jangka Pendek				
Variabel	Koefisien	T- hitung	T-tabel	Keterangan
D(LOG_ZIS(-1))	-0.017283	[-1.07504]	2,01669	Tidak Signifikan
D(LOG_ZIS(-2))	-0.021801	[-1.69926]	2,01669	Tidak Signifikan
D(LOG_ZIS(-3))	0.016583	[-2.10200]	2,01669	Signifikan

D(LOG_IBF(-1))			[-0.90198]	2,01669	Tidak Signifikan
D(LOG_IBF(-2))	D(LOG_PDB)	-0.184758	[-0.33426]	2,01669	Tidak Signifikan
D(LOG_IBF(-3))		0.215417	[0.96134]	2,01669	Tidak Signifikan

Jangka Panjang

Variabel		Koefisien	T- hitung	T-tabel	Keterangan
D(LOG_ZIS(-1))	D(LOG_PDB)	0.296650	[3.02704]	2,01669	Signifikan
D(LOG_IBF(-1))	D(LOG_PDB)	2.561018	[-4.73356]	2,01669	Signifikan

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil estimasi *VECM* pada Tabel 10 di atas, diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$D(PDB) = 0.296*D(ZIS(-1)) + 2.561*D(IBF(-1)) + 0.047 - 0.017283*D(ZIS(-1)) - 0.021801*D(ZIS(-2)) + 0.016583*D(ZIS(-3)) - 0.184758*D(IBF(-1)) - 0.063761*D(IBF(-2)) + 0.215417*D(IBF(-3)) - 4.329e-05$$

Berdasarkan hasil estimasi *VECM* pada Tabel 10 di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

Hasil estimasi *VECM* menunjukkan dalam jangka pendek, Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) saat kuartal 3, berpengaruh positif dan signifikan terhadap PDB pada kuartal saat ini, dengan nilai t- statistik [-2.10200] > t- tabel 2,01669. Selanjutnya nilai koefisien yaitu ke arah positif sebesar (0.016583), sehingga dapat disimpulkan apabila Zakat, Infak, dan Sedekah saat kuartal 3 periode sebelumnya mengalami peningkatan 1% maka akan menyebabkan perubahan PDB pada saat ini naik sebesar 0,0165 %.

Hasil estimasi *VECM* menunjukkan dalam jangka pendek, *Islamic Bank Financing* (IBF) saat kuartal 1, 2, dan 3 tidak berpengaruh signifikan terhadap PDB, dengan nilai t- statistik secara urut [-0.90198], [-0.33426], [0.96134] < t- tabel 2,01669. Sehingga dapat disimpulkan dalam jangka pendek, IBF pada kuartal 1, 2, dan 3 tidak berpengaruh signifikan terhadap PDB saat ini.

Hasil estimasi *VECM* menunjukkan bahwa dalam jangka panjang, Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) saat kuartal 1, berpengaruh positif dan signifikan terhadap PDB pada kuartal saat ini, dengan nilai t- statistik [3.02704] > nilai t- tabel 2,01669. Selanjutnya nilai koefisien yaitu ke arah positif sebesar (0.296650), sehingga dapat disimpulkan apabila Zakat, Infak, dan Sedekah saat kuartal 1 periode sebelumnya mengalami peningkatan 1% maka akan menyebabkan perubahan PDB saat ini naik sebesar 0,2966%.

Hasil estimasi *VECM* menunjukkan dalam jangka Panjang, *Islamic Bank Financing* (IBF) saat kuartal 1, berpengaruh positif dan signifikan terhadap PDB pada kuartal saat ini, dengan nilai t- statistik [-4.73356] > nilai t- tabel 2,01669. Selanjutnya nilai koefisien yaitu ke arah positif sebesar (2.561018), sehingga dapat disimpulkan apabila *Islamic Bank Financing* (IBF) pada kuartal 1 periode sebelumnya mengalami peningkatan sebesar 1% maka akan menyebabkan perubahan PDB saat ini naik sebesar 2,56%.

PEMBAHASAN

Pengaruh Zakat, Infak, dan Sedekah Terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia

Berdasarkan hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa dalam jangka pendek Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) saat kuartal 3, berpengaruh positif dan signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Dapat disimpulkan apabila Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) pada kuartal 3 periode sebelumnya mengalami peningkatan 1%, maka akan menyebabkan perubahan PDB pada saat ini naik sebesar 0,0165%. Kemudian hasil penelitian juga menunjukkan bahwa dalam jangka panjang Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) saat

kuartal 1, berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Sehingga dapat disimpulkan apabila ZIS pada kuartal 1 periode sebelumnya mengalami peningkatan 1%, maka akan menyebabkan perubahan PDB pada saat ini naik sebesar 0.29%.

Penghimpunan dan penyaluran dana Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) dari BAZNAS RI menunjukkan peningkatan setiap tahunnya, dimulai tahun 2015 sampai tahun 2020. Peningkatan tertinggi terjadi di tahun 2020 hingga mencapai 385 Miliar untuk penghimpunan dan 357 Miliar untuk penyaluran (Outlook Zakat Indonesia, BAZNAS, 2022). Peningkatan penyaluran Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) ini berbanding lurus dengan peningkatan pertumbuhan ekonomi, di mana dana Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) baik itu yang bersifat konsumtif maupun produktif keduanya berdampak langsung pada perekonomian masyarakat baik itu dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang. Zakat, Infak, dan Sedekah yang sifatnya konsumtif memiliki kontribusi jangka pendek misalnya meningkatkan konsumsi atau daya beli masyarakat. Sementara Zakat, Infak, dan Sedekah yang sifatnya produktif memiliki kontribusi jangka panjang mulai dari mendorong permodalan, meningkatkan pendapatan, meningkatkan produktivitas, serta pemerataan pendapatan. Melalui kontribusi inilah Zakat, Infak, dan Sedekah dapat mendorong laju pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori *Circle of Equity*, Ibnu Khaldun yang menyatakan bahwa pertumbuhan ekonomi akan meningkat apabila diiringi dengan kesadaran syariah, di mana pada penelitian ini yaitu penunaian Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS). Sementara kemudahan pemenuhan syariat akan muncul karena adanya peningkatan perekonomian yang diiringi dengan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Sehingga antara Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) serta pertumbuhan ekonomi memiliki hubungan kausalitas serta saling mempengaruhi satu sama lain (Wicaksono & Faizah, 2020).

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian (Adibah, 2021) yang menyatakan bahwa Zakat, Infak, dan Sedekah berbanding lurus dengan laju pertumbuhan ekonomi, semakin meningkat Zakat, Infak, dan Sedekah yang dihimpun dan disalurkan maka semakin meningkat pula pertumbuhan ekonomi. Peningkatan penghimpunan dan penyaluran zakat ini dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti modernnya sarana *fundraising* lembaga zakat serta inovatifnya program yang ditawarkan oleh lembaga zakat. Selanjutnya penelitian ini juga didukung oleh penelitian (Suprayitno, 2020) yang mengatakan bahwa zakat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi dalam jangka pendek maupun jangka panjang, sehingga zakat ini dapat dijadikan instrumen pada pengurangan pajak penghasilan individu di negara yang mayoritas Islam. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Wardani, 2021) yang menyatakan bahwa filantropi Islam melalui zakat berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi, hal ini karena zakat dapat dijadikan sebagai instrumen komplementer pajak oleh negara untuk menstabilkan makroekonomi misalnya mengatasi masalah ketimpangan dan kemiskinan.

Pengaruh Pembiayaan Perbankan Syariah Terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pembiayaan perbankan syariah (IBF) dalam jangka pendek tidak berpengaruh signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Sementara dalam jangka panjang pembiayaan perbankan Syariah (IBF) pada kuartal 1, berpengaruh positif dan signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), yang artinya apabila IBF pada kuartal 1 periode sebelumnya mengalami peningkatan 1%, maka akan menyebabkan perubahan PDB pada saat ini naik sebesar 2.56%.

Pembiayaan perbankan syariah ini dalam jangka pendek tidak berpengaruh terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), hal ini berkaitan dengan kuantitas dana untuk kebutuhan konsumtif yang masih kurang misalnya di tahun 2021 sebesar 212 Triliun, realisasi ini masih sangat kecil mengingat jumlah penduduk Indonesia kelas menengah ke bawah mencapai 114,7% juta jiwa atau 44% dari total penduduk Indonesia yaitu 261 juta jiwa (Kusnandar, 2022). Sehingga perbankan syariah perlu menambah kuantitas realisasi pembiayaan untuk konsumtif agar pembiayaan ini dapat memperluas kontribusinya dalam jangka pendek. Sementara kontribusi jangka panjang pembiayaan perbankan syariah terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) berasal dari pembiayaan syariah yang dialokasikan untuk kebutuhan modal kerja dan investasi

yang sifatnya produktif, di mana *outputnya* dapat meningkatkan produktivitas pelaku usaha, dapat meningkatkan permodalan, serta dapat meningkatkan pendapatan usaha.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Harrod- Domar yang menyatakan bahwa kuantitas modal dan investasi berbanding lurus dengan pertumbuhan ekonomi yang artinya kemudahan modal dan investasi dapat meningkatkan produktivitas dalam menghasilkan barang dan jasa di tengah masyarakat (Putri, 2021). Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian (Octaviana, 2022) yang menyatakan bahwa pembiayaan untuk konsumsi dalam jangka pendek tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Pembiayaan yang dialokasikan untuk kebutuhan konsumsi dapat menyebabkan kegiatan konsumsi ini memberikan kontribusi yang negatif yaitu adanya perubahan pada tingkat bunga riil serta *income effect* yaitu konsumsi yang melebihi pendapatan individu.

Sementara dalam jangka panjang berdasarkan penelitian (Supriani et al., 2021) menyatakan bahwa pembiayaan perbankan syariah dalam jangka panjang berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Hal ini menandakan bahwa pembiayaan ini berperan penting bagi pertumbuhan ekonomi serta dapat dijadikan solusi alternatif umat untuk akses sumber daya modal yang lebih besar. Berdasarkan penelitian (Barata, 2019) pembiayaan syariah ini mempunyai korelasi dengan akumulasi modal dan pertumbuhan ekonomi, di mana pembiayaan syariah yang disediakan oleh perbankan syariah terbukti efektif sebagai perantara yang menjembatani dana dari unit surplus kepada unit defisit, melalui beberapa produk pembiayaan baik itu untuk kebutuhan konsumsi maupun modal dan Investasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan di atas dapat diperoleh kesimpulan bahwa Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) dalam jangka pendek pada kuartal 3 berpengaruh positif dan signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), selanjutnya dalam jangka panjang Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) kuartal 1 berpengaruh positif dan signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Sementara pembiayaan perbankan syariah (IBF) dalam jangka pendek tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, sementara dalam jangka panjang pembiayaan perbankan syariah (IBF) pada kuartal 1 berpengaruh positif dan signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Dari hasil ini membuktikan bahwa instrumen ekonomi syariah merupakan solusi alternatif untuk meningkatkan perekonomian Indonesia.

REFERENSI

- Adenan, M., Puspita, D. D. P., & Suparman. (2023). Analisis Kinerja Keuangan Sebelum dan Sesudah Merger pada PT. Bank Syariah di Indonesia. *IJABAH: Indonesian Journal of Sharia Economics, Business, and Halal Studies Volume 1 No. 1, 1(1)*, 46–56.
- Adibah, N. (2021). Pengaruh Dana Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS), Sukuk, dan Pembiayaan Syariah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Periode 2011- 2020 [Skripsi]. Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Afnan, A. (2022). Pengaruh Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS), Saham Syariah dan Pembiayaan Perbankan Syariah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi dengan Nilai Tukar (KURS) Sebagai Variabel Moderating di Indonesia Tahun 2012 - 2021 [Skripsi]. Program Pascasarjana Fakultas Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri.
- Baehaqy, H. N., & Cahyono, E. F. (2019). Pengaruh Pembiayaan Perbankan Konvensional dan Pembiayaan Perbankan Syariah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia Pada Tahun 2008 - 2018. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan, Vol 6*(No 6), 1272–1286.
- Barata, A. (2019). *Strengthening National Economic Growth and Equitable Income Through Sharia Digital Economy in Indonesia. Journal of Islamic Monetary Economics and Finance, 5*(1), 145–168.

- Chapra, U. (2001). *Masa depan ilmu ekonomi (Sebuah tinjauan Islam)*. Gema Insani Press.
- Gross Domestic Product, World Bank*. (2022).
- Hidayat, M. (2010). *Pengantar Ekonomi Syariah (Cetakan 1)*. Zikrul Hakim.
- Krisnia, S. (2021). Pengaruh Bank Syariah, Sukuk, dan Saham Syariah terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia periode 2014-2019 [Skripsi]. Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Kusnandar, V. B. (2022). *Masyarakat Indonesia Menurut Kelompok Pengeluaran*. Databoks.
- Laporan Keuangan Perbankan Syariah, OJK*. (2022).
- Madani, A., & Widiastuti, T. (2021). *The Impact of Islamic Monetary Operations and Aggregate Financing on Economic Growth in Indonesia (2010-2020)*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 7(2), 185–209.
- Mohamad, N., Hussin, N. E., & Mohamad, N. M. (2020). *The Impact of Zakat on Economic Growth in Malaysia*. *Journal of Islamic Economics and Law, Vol. 1*(No. 2), 32–36.
- Munandar, E., Amirullah, M., & Nurochani, N. (2020). Pengaruh Penyaluran Dana Zakat, Infak Dan Sedekah (ZIS) Dan Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam, Volume 01*(Issue 01), 17–40.
- Munfaati, A. (2022). Analisis Pengaruh Distribusi Zakat, Utang Negara, Konsumsi dan Pengeluaran Pemerintah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia [Skripsi]. Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Octaviana, R. (2022). Analisis Hubungan Pembiayaan Modal Kerja, Investasi, dan Konsumsi Pada Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Provinsi Jambi [Thesis]. Pasca Sarjana Universitas Islam Negeri Sulthan Thana Saifuddin .
- Outlook Zakat Indonesia, BAZNAS*. (2022).
- Putri, I. A. (2021). Pengaruh Saham Syariah, Obligasi Syariah, dan Reksadana Syariah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Tahun 2017-2020 [Skripsi]. Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan.
- Putri, S. A. (2019). Analisis Pengaruh Dana Zakat, Obligasi Syariah (SUKUK), dan Inflasi terhadap Laju Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia Periode Tahun 2013-2018 [Skripsi]. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Setiawan, I. (2020). Analisis Peran Perbankan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia: Bank Syariah Versus Bank Konvensional. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 8(1), 52–60.
- Statistik Zakat Nasional BAZNAS*. (2019).
- Suprayitno, E. (2020). Zakat and SDGs: *The Impact of Zakat on Economic Growth, Consumption and Investment in Malaysia*. *International Conference on Islamic Economics and Business*, 101, 202–209.
- Supriani, I., Fianto, B. A., Fauziah, N. N., & Maulayati, R. R. (2021). *Revisiting the Contribution of Islamic Banks' Financing to Economic Growth: The Indonesian Experience*. *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 6(1), 18–37. <https://doi.org/10.22515/shirkah.v6i1.383>

- Wardani, I. I. (2021). Pengaruh Pembiayaan Bank Syariah, Zakat, dan Belanja Pendidikan, terhadap Pertumbuhan Ekonomi dan Indeks Pembangunan Manusia di Indonesia Tahun 2015-2019 [Skripsi]. Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Wicaksono, A. I., & Faizah, S. I. (2020). Kesejahteraan Masyarakat Dari Perspektif Ashabiya Ibnu Khaldun. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 7(11), 2192.