

ABSTRAK

Menurut data terbaru yang dirilis oleh Ditjen Dukcapil Kementerian Dalam Negeri jumlah penduduk Indonesia tahun 2022 mencapai kurang lebih 275 juta jiwa, dengan penduduk muslim sebanyak 86,7 %. Jika dalam perhitungan zakat di Indonesia menggunakan sebuah pendekatan berdasarkan Produk Domestik Bruto Indonesia yaitu dengan mengambil 2,5 % dari yang di dapat oleh PDB, maka potensi penerimaan zakat di Indonesia dapat mencapai angka triliunan rupiah per tahun. Namun pada kenyataannya jumlah yang dapat diterima oleh amil ataupun lembaga zakat masih mencapai angka milyaran rupiah. Digitalisasi zakat merupakan salah satu sistem opsi pembayaran zakat yang dilakukan secara *online* dengan melibatkan beberapa sosial media yakni *Website*, Instagram maupun lainnya melalui *internet banking*.

Lembaga zakat yang sudah menggunakan digitalisasi ini antara lain LAZISMU JATIM. Hasil uji interaksi pada penelitian ini menunjukkan bahwa citra lembaga dapat memperkuat pengaruh pelayanan digital terhadap loyalitas muzakki dengan nilai signifikan 0,028, yang artinya nilai signifikan tersebut kurang dari 0,05. LAZISMU Jawa Timur terbukti memiliki kualitas pelayanan yang baik, pada kuisioner tidak sedikit yang menyatakan bahwa mereka setuju jika pelayanan yang diberikan oleh LAZISMU Jawa Timur membantu kebingungan yang dirasakan oleh muzakki, selalu memberikan pelayanan zakat yang cepat, dan amanah.

Kata Kunci : Digitalisasi, loyalitas muzakki, citra Lembaga

ABSTRACT

According to the latest data released by the Directorate General of Population and Civil Registration of the Ministry of Home Affairs, Indonesia's population in 2022 will reach approximately 275 million people, with a Muslim population of 86.7%. If the calculation of zakat in Indonesia uses an approach based on Indonesia's Gross Domestic Product, namely by taking 2.5% of what is obtained by GDP, then the potential for receiving zakat in Indonesia can reach trillions of rupiah per year. But in reality the amount that can be received by amil or zakat institutions still reaches billions of rupiah. Zakat digitalization is one of the zakat payment option systems that is carried out online by involving several social media, namely Websites, Instagram and others through internet banking.

Zakat institutions that have used this digitization include LAZISMU JATIM. The results of the interaction test in this study indicate that institutional image can moderate the effect of digital services on muzakki loyalty with a significant value of 0.028, which means that the significant value is less than 0.05. LAZISMU East Java has proven to have good service quality, in the questionnaire not a few stated that they agreed that the services provided by LAZISMU East Java helped the confusion felt by muzakki, always provided fast, and trustworthy zakat services.

Keywords: Digitalization, muzakki loyalty, institutional