



Zakat sebagai Solusi Pemberdayaan Ekonomi Islam

Asriadi Arifin¹, Irwandi², Sapri³

Institut Agama Islam DDI Sidenreng Rappang¹, Institut Agama Islam DDI Polewali Mandar²³

E-mail: e-mail: Asriadiarifin07@gmail.com², irwandi@ddipolman.ac.id²
sapri@ddipolman.ac.id³

Anstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran zakat sebagai solusi strategis dalam pemberdayaan ekonomi Islam dengan menelaah perspektif filosofis dan data literatur terkait. Menggunakan metode penelitian pustaka (library research), studi ini menganalisis berbagai hasil penelitian terdahulu yang membahas praktik pengelolaan zakat, efektivitas penyaluran zakat produktif, serta dampaknya terhadap kemandirian ekonomi mustahik. Hasil kajian menunjukkan bahwa zakat memiliki potensi transformatif, bahwa zakat mampu menjadi pilar utama dalam membangun sistem ekonomi Islam yang berbasis pada keadilan sosial, spiritualitas, dan pemberdayaan umat, selama itu dikelola secara profesional, terintegrasi, dan berbasis nilai-nilai etika Islam.

Kata Kunci: *Zakat, Pemberdayaan, Ekonomi Islam*

This study aims to examine the role of zakat as a strategic solution in empowering Islamic economics by examining philosophical perspectives and related literature data. Using library research methods, this study analyzes various previous research results that discuss zakat management practices, the effectiveness of productive zakat distribution, and its impact on the economic independence of mustahik. The results of the study indicate that zakat has transformative potential, that zakat can become the main pillar in building an Islamic economic system based on social justice, spirituality, and empowerment of the people, as long as it is managed professionally, integrated, and based on Islamic ethical values.

Keywords: *Zakat, Empowerment, Islamic Economics*

I. PENDAHULUAN

Islam mengajarkan kepada pemeluknya untuk menjadi penderman dan penolong bagi yang membutuhkan. Bahkan, zakat dijajarkan sebagai pilar rukun Islam. Hal ini menunjukkan bahwa menolong orang yang membutuhkan mendapat perhatian besar dalam ajaran Islam. Sedekah/infaq sendiri mempunyai pengaruh yang sungguh luar biasa dalam kehidupan di masyarakat. Sedekah, Infaq, zakat dan

sejeninya merupakan wujud kepedulian Islam atas problem-problem sosial. Untuk itulah, bagi yang hidup berkecukupan diimbau bahkan diwajibkan untuk menyisihkan sebagian harta yang dimiliki kepada mereka yang membutuhkan.¹

Sedekah dan zakat tidak hanya berfungsi sebagai bantuan materi, tetapi juga sebagai sarana untuk memperkuat ikatan sosial dan membangun solidaritas di antara umat. Dengan berbagi rezeki, setiap individu berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat dan menciptakan lingkungan yang lebih harmonis. Selain itu, tindakan memberi ini juga membawa keberkahan dan meningkatkan rasa syukur atas nikmat yang diterima, sehingga mendorong pemeluk Islam untuk terus berusaha menumbuhkan kepedulian terhadap sesama.

Pandangan seorang umat muslim pasti tidak asing mengenai zakat, infak dan sedekah (shadaqah). Ketika membicarakan mengenai zakat, maka tidak akan lupa kaitannya dengan kata infak dan juga sedekah. Dalam bidang ekonomi Islam tidak pernah menempatkan suatu aspek materi sebagai acuan dalam setiap kegiatan ekonominya, karena Islam telah menempatkan posisi segala kegiatan ekonomi itu sebagai salah satu kegiatan yang tujuannya sebagai dasar dalam pencapaian kesejahteraan umat (falah) salah satunya dengan berzakat, infak dan juga sedekah.² Ketiga hal ini tidak hanya berfungsi sebagai alat distribusi kekayaan, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun solidaritas sosial dan meningkatkan kepedulian antar sesama, sehingga menciptakan masyarakat yang lebih adil dan sejahtera.

Salah satu cara yang dapat meningkatkan perekonomian dan masalah kemiskinan adalah dengan memperdayakan umat melalui Zakat, Infak dan Sedekah. Cara ini merupakan salah satu solusi untuk mengurangi masalah perekonomian seperti kemiskinan. Zakat, infak dan sedekah memiliki potensi yang besar jika digunakan sebagai pemberdayaan umat. Apabila potensi dana ZIS dapat dikelola dengan baik oleh pengelola badan amil zakat maupun lembaga amil maka kemiskinan akan semakin berkurang setiap tahunnya. Zakat, infak, dan sedekah menjadi instrumen ekonomi yang memiliki kekuatan atau efek domino dalam pengentasan

¹ Ubabuddin, & Umi Nasikhah. *Peran Zakat, Infaq dan Shadaqah dalam Kehidupan. Jurnal Ilmiah Al-Muttaqin*, 6(2021), h. 60

² Jamalia, B. (2023). Pengaruh Religiusitas , Harga dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal. *Wasathiyah : Jurnal Studi Keislaman*, 4(2023)), h. 1

kemiskinan, pembukaan lapangan pekerjaan baru, pendapatan dan daya beli kaum duafa, mendorong tumbuhnya perekonomian masyarakat (Khairina, 2019).³

Saat ini, zakat lebih banyak digunakan untuk kebutuhan konsumtif seperti bantuan langsung tunai, sehingga dampaknya terhadap pemberdayaan ekonomi masih terbatas. Selain itu, kesadaran umat Islam dalam menunaikan zakat masih rendah, dan pengelolaan zakat oleh lembaga amil sering kali belum optimal, baik dari segi transparansi maupun sistem distribusinya. Akibatnya, zakat belum sepenuhnya berperan dalam meningkatkan kemandirian ekonomi para mustahik.⁴

Zakat seharusnya menjadi instrumen strategis dalam membangun kemandirian ekonomi umat. Zakat tidak hanya digunakan untuk konsumsi jangka pendek, tetapi juga diarahkan pada program-program produktif seperti modal usaha, pelatihan kewirausahaan, dan pemberdayaan UMKM. Dengan pengelolaan yang profesional dan sistematis, zakat dapat mengubah mustahik menjadi muzakki, sehingga tercipta siklus ekonomi yang berkelanjutan dan mampu mengurangi kemiskinan secara signifikan dalam kerangka ekonomi Islam.⁵

Selain itu, peningkatan kesadaran masyarakat akan pentingnya berzakat, berinfak, dan bersedekah juga dapat menciptakan budaya saling membantu, di mana setiap individu merasa memiliki tanggung jawab untuk berkontribusi terhadap kesejahteraan bersama. Dengan demikian, inisiatif ini tidak hanya memberikan bantuan finansial, tetapi juga membangun solidaritas sosial yang kuat dalam masyarakat, yang pada gilirannya dapat mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan.⁶

³ khairina, Nazlah. "Khairina, Nazlah. 2019. *Analisis Pengelolaan Zakat, Infak Dan Sedekah (ZIS) Untuk Meningkatkan Ekonomi Duafa (Studi Kasus Di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Medan.* Jurnal AtTawassuth. 7(1):160-184. Tersedia dalam <http://jurnal.uinsu.ac.id> diakses pada 5 September 2019." *jurnal.uinsu.ac.id* 7(2019.), h. 67

⁴ Basyariah, N. Konsep Pariwisata Halal Perspektif Ekonomi Islam. *Youth & Islamic Economic*, 2(2021), h.1.

⁵ Devitasari,& Soeharto. Analisis Pengembangan Wisata Halal Dalam Prospek Membantu Meningkatkan Perekonomian Di Indonesia. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(2022.), h.130–139. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i1.129>

⁶ Wahyuni, S. Efek Mediasi Literasi Halal dalam Hubungan Religiusitas dan Minat Konsumsi terhadap Pariwisata Halal. *El-Fata: Journal of Sharia Economics and Islamic Education*, 3(2024.), h.67–81. <https://doi.org/10.61169/el-fata.v3i1.113>

II. METODE

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian terapan dengan *field research*. Tujuan dari penelitian terapan adalah untuk mencari solusi tentang masalah-masalah tertentu khususnya untuk melihat hubungan antar variabel sehingga hasil penelitian dapat dimanfaatkan untuk kepentingan penelitian selanjutnya baik individu maupun kelompok. Pendekatan penelitian menggunakan kuantitatif dengan asosiatif kausal. Metode dalam penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dan data sekunder melalui jurnal yang berhubungan dengan penelitian. Teknik sampel yang digunakan menggunakan rumus random sampling atau penentuan secara acak dengan jumlah sampel 150 dari total populasi 1.5 juta jiwa penduduk Kota Makassar. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* atau SEM.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian setelah melakukan olah data menggunakan Smart PLS dengan tiga variabel yang digunakan yaitu Literasi Halal (X1) dan Religiusitas (X2) sebagai variabel independen dan Minat Konsumsi (Y) sebagai variabel dependen. Dalam pengujian data pada Smart PLS, ada dua pengujian yang dilakukan yaitu *outer model* (model pengukuran) dan *inner model* (model struktural).

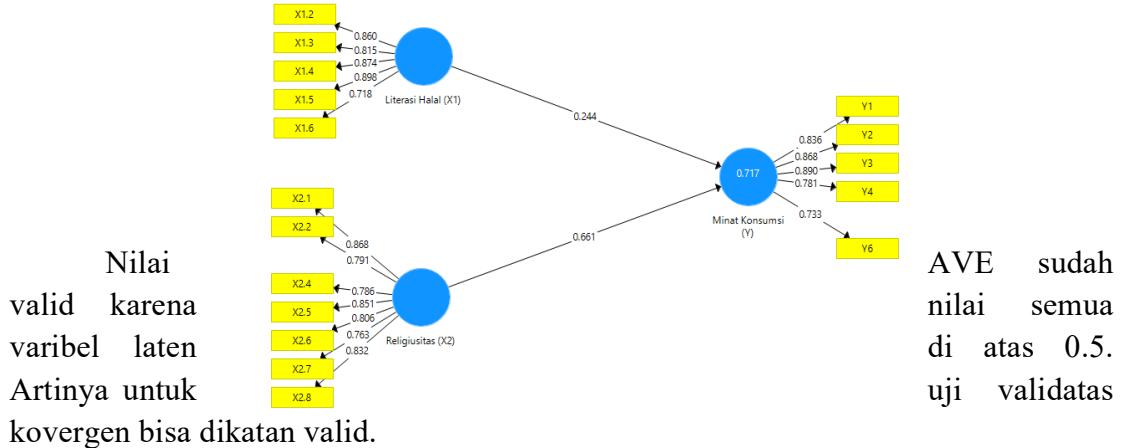
a. *Outer Model* (model pengukuran)

Outer model atau model pengukuran memiliki 3 tahapan adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas Konvergen

Uji validitas konvergen digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana kumpulan indikator mencerminkan satu variabel laten atau variabel yang mendasarinya. Validitas konvergen apakah indikator yang dipilih secara efektif merepresentasikan variabel laten yang ingin diukur. Selanjutnya uji validitas konvergen dilakukan untuk melihat nilai outer loading dan nilai AVE. Pengukuran outer loading di atas 0.7 dan nilai AVE untuk setiap variabel di atas 0.5. Total indikator yang digunakan adalah 20 indikator, tetapi variabel yang valid hanya 17 indikator.

Gambar Outer Loading



Tabel AVE

	Average Variance Extracted (AVE)
Literasi Halal (X1)	0.698
Minat Konsumsi (Y)	0.679
Religiusitas (X2)	0.664

2. Uji Diskriminan validiti

Descriptive validity merupakan alat pengukuran yang digunakan untuk melihat sejauh mana konstruk yang satu dengan konstruk yang lainnya jauh berbeda dari standar empiris dan juga digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel atau indikator dalam penelitian memiliki nilai unik dan hanya terkait dengan variabel atau indikator sendiri dan bukan dari. Ada dua tahap yang harus dilakukan untuk melihat apakah model penelitian memiliki validitas yang baik yaitu hasil *cross loading* dan hasil *fornell larcker criterian*.

Tabel Uji Fornel Larcker

	Literasi Halal (X1)	Minat Konsumsi (Y)	Religiusitas (X2)
Literasi Halal (X1)	0.835		
Minat Konsumsi (Y)	0.697	0.824	
Religiusitas (X2)	0.685	0.828	0.815

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai yang lebih tinggi ketika menjelaskan variabel itu sendiri dibandingkan dengan variabel lainnya pada kolom yang sama. Setelah diamati pada tabel di atas, Literasi Halal memiliki nilai 0.835 yang lebih tinggi dibandingkan variabel lainnya yang berada pada kolom yang sama, sama halnya Minat Konsumsi yang memiliki nilai 0.824 yang nilai lebih tinggi dibandingkan pada kolom yang sama. Serta Religiusitas dengan nilai 0.815.

3. Uji Realibilitas

Uji realibilitas dilakukan untuk mengetahui nilai cronbach alpha dan composite reliability. Dikatakan reliabel jika nilai cronbach alpha untuk setiap variabel di atas 0.6 dan nilai composite reliability di atas 0.7. Hasil di bawah menunjukkan bahwa nilai cronbach alpha dan composite reliability yaitu reliabel. Semua variabel laten memenuhi syarat dari pengujian.

Tabel Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Literasi Halal (X1)	0.890	0.920
Minat Konsumsi (Y)	0.880	0.913
Religiusitas (X2)	0.915	0.932

Uji outer model atau model pengukuran dari variabel Literasi Halal (X1), Religiusitas (X2), dan Minat Konsumsi (Y) telah memenuhi syarat pengujian. Terbukti dari hasil yang didapatkan semua variabel dikatakan valid dan reliabel.

b. *Inner model* (model struktural)

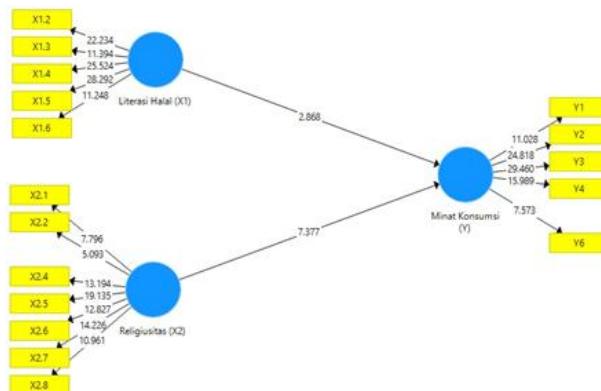
Model struktural (inner model) digunakan untuk melihat hubungan antar variabel, nilai signifikan dan R-square dalam model penelitian. Pada model ini dievaluasi dengan menggunakan R-square untuk konstruk dependen uji T, signifikan, dan koefisien parameter jalur struktural.

Tabel R Square

	R Square	R Square Adjusted
Minat Konsumsi (Y)	0.717	0.713

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai R-Square dari Minat Konsumsi senilai 0.717 atau sebesar 71.7%. Hal ini menunjukkan bahwa 71.7% Minat Konsumsi dipengaruhi oleh Literasi Halal dan Religiusitas. Sedangkan 38.6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari variabel yang diteliti.

Model struktural



c. Uji Hipotesis

Dasar pada hasil penelitian yang digunakan dalam pengujian hipotesis adalah nilai yang terdapat pada *output coefficients*. Berikut tabel output dalam pengujian model struktural.

Hasil Uji Hipotesis

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Signifikansi Level
Literasi Halal (X1) -> Minat Konsumsi (Y)	0.244	2.791	0.005	S
Religiusitas (X2) -> Minat Konsumsi (Y)	0.661	7.258	0.000	S

Pengujian pada SmartPLS secara statistik setiap hubungan yang telah dihipotesiskan dilakukan dengan menggunakan simulasi. Dengan hal ini, maka akan dilakukan perhitungan dengan uji bootstrapping terhadap sampel. Pengujian dalam bootstrapping dimasukkan untuk menimalkan masalah ketidaknormalan data dalam sebuah penelitian, adapun hasil pengujian dengan bootstrapping dari analisis PLS adalah sebagai berikut:

1. Pengujian Hipotesis H1 (Diduga Literasi Halal berpengaruh terhadap Minat Konsumsi)

Hipotesis H1 yang menyatakan bahwa diduga literasi halal berpengaruh terhadap minat konsumsi terbukti. Hal ini dapat dilihat dari koefisien jalur 0.244 dengan nilai t-statistik 2.791 yang mana nilai ini lebih besar dari 1.96. Begitupun dengan nilai yang terdapat pada p-value ($0.005 < \alpha (0.05)$). Hal ini berarti bahwa literasi halal berpengaruh signifikan terhadap minat konsumsi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis H1 diterima.

Hasil penelitian yang diperoleh dari pengaruh literasi halal terhadap minat konsumsi yaitu berpengaruh positif dan signifikan. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat literasi halal seseorang maka, akan semakin meningkat pula minat seseorang untuk menggunakan produk halal dalam kehidupan sehari-hari.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anis dan Khairul Anwar menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan variabel literasi halal terhadap minat konsumsi. Hasil pengelolaan data menunjukkan bahwa masyarakat memiliki kesadaran yang cukup bagus mengenai kehalalan pada suatu produk, pemahaman mengenai bahan makanan halal serta sertifikasi halal pada produk konsumsi juga cukup tinggi (Setyowati & Anwar, 2022).

2. Pengujian Hipotesis H2 (Diduga Religiusitas berpengaruh terhadap Minat Konsumsi)

Hipotesis H2 yang menyatakan bahwa diduga religiusitas berpengaruh terhadap minat konsumsi terbukti. Hal ini dapat dilihat dari koefisien jalur 0.661 dengan nilai t-statistik 7.259 yang mana nilai ini lebih besar dari 1.96. Begitupun dengan nilai yang terdapat pada p-value ($0.000 < \alpha (0.05)$). Hal ini berarti bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat konsumsi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis H2 diterima.

Hasil penelitian yang diperoleh dari pengaruh religiusitas terhadap minat konsumsi yaitu berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa religiusitas atau keyakinan mempengaruhi perilaku seseorang dalam memilih konsumsi pada wisata halal.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bessek Jamalia dengan hasil bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk halal (Jamalia, 2023). Religiusitas sebagai cerminan dari kadar keimanan individu terhadap keyakinan, pengetahuan, pengamalan, pengalaman, dan perilaku sesuai ajaran agama yang berperan dalam setiap aktivitas konsumsi.

IV. KESIMPULAN

Hasil Kesimpulan yang dapat diambil dari uji analisis data yang dilakukan di Kota Makassar mengenai pengaruh literasi halal dan religiusitas terhadap minat konsumsi pariwisata halal, menunjukkan bahwa literasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumsi dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumsi pariwisata halal di Kota Makassar. Artinya literasi halal dan religiusitas mempengaruhi masyarakat kota Makassar dalam melakukan konsumsi pada pariwisata halal. Pemahaman masyarakat mengenai literasi halal cukup tinggi dilihat dari hasil yang diporeoleh yaitu berpengaruh signifikan, begitu juga tingkat religiusitas masyarakat kota Makassar cukup tinggi dalam hal mengkomisi makanan halal yang ada di wisata kota Makassar, terbukti dari hasil olah data diperoleh hasil signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Basyariah, N. (2021). Konsep Pariwisata Halal Perspektif Ekonomi Islam. *Youth & Islamic Economic*, 2(1), 1–6.
- Devitasari, Fasa, M. I., & Soeharto. (2022). Analisis Pengembangan Wisata Halal

- Dalam Prospek Membantu Meningkatkan Perekonomian Di Indonesia. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(1), 130–139. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i1.129>
- Fadillah, I., Mone, A., & Riskasari. (2021). Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Destinasi Wisata Di Provinsi Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 353–367.
- Jamalia, B. (2023). Pengaruh Religiusitas , Harga dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal. *Wasathiyah : Jurnal Studi Keislaman*, 4(1), 1–7.
- khairina, Nazlah. 2019. “Khairina, Nazlah. 2019. Analisis Pengelolaan Zakat, Infak Dan Sedekah (ZIS) Untuk Meningkatkan Ekonomi Duafa (Studi Kasus Di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Medan. *Jurnal AtTawassuth*. 7(1):160-184. Tersedia dalam <http://jurnal.uinsu.ac.id> diakses pada 5 September 2019.” *jurnal.uinsu.ac.id* 7(1): 160–84.
- Novitasari, S. I. D., & Fikriyah, K. (2023). Pengaruh Literasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal Mahasiswa Ekonomi Islam Se Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(1), 7. <https://doi.org/10.30868/ad.v7i01.3963>
- Setyowati, A., & Anwar, M. K. (2022). Pengaruh Literasi Halal Dan Religiusitas Terhadap Minat Konsumsi Produk Halal Masyarakat Kabupaten Madiun. *Lisan Al-Hal*, 16(1), 108–124. <https://doi.org/10.35316/lisanalhal>.
- Ubabuddin, & Umi Nasikhah. (2021). Peran Zakat, Infaq dan Shadaqah dalam Kehidupan. *Jurnal Ilmiah Al-Muttaqin*, 6(1), 60–76.
- Wahyuni, S. (2024). Efek Mediasi Literasi Halal dalam Hubungan Religiusitas dan Minat Konsumsi terhadap Pariwisata Halal. *El-Fata: Journal of Sharia Economics and Islamic Education*, 3(1), 67–81. <https://doi.org/10.61169/el-fata.v3i1.113>