BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemakmuran ialah tujuan tiap-tiap negara. Melalui kemakmuran maka akan terbentuk suatu masyarakat yang bekerja untuk semua orang sehingga akan tercipta hubungan sosial yang kuat dan dapat melindungi kebebasan dan keamanan setiap individu di negara tersebut. Ketika kemakmuran dapat tercipta maka setiap orang dapat memiliki kesempatan untuk maju dan berkembang melalui potensinya masing-masing serta dapat memberikan kontribusi ke dalam masyarakat sekitar dan juga negara, karena pada akhirnya kemakmuran membutuhkan masyarakat yang dapat memanfaatkan ide dan bakatnya untuk menciptakan jalan keluar dari kemiskinan yang berkelanjutan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Legatum Institute (2021) terdapat dua belas poin dari pilar kemakmuran, yaitu; keselamatan dan keamanan, kebebasan individu, pemerintahan, modal sosial, lingkungan investasi, kondisi usaha, infrastruktur dan akses pasar, kondisi ekonomi, kondisi kehidupan, kesehatan, pendidikan, dan lingkungan alami. Kedua belas pilar ini lalu dibagi kedalam empat domain, seperti tabel 1.1.

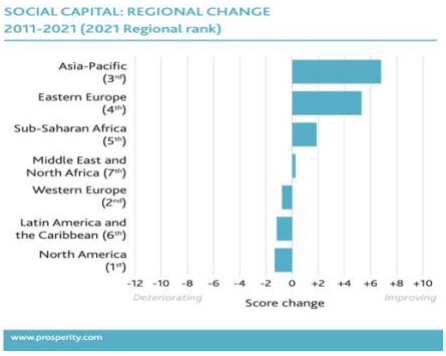
Tabel 1.1 Pilar dan Domain Kemakmuran

Domain	Pilar
Masyarakat Inklusif	Keselamatan & Keamanan
	Kebebasan individu
	Pemerintahan
	Modal sosial
Keterbukaan	Lingkungan investasi
	Kondisi Usaha
Ekonomi	Infrastruktur & Akses pasar
	Kualitas ekonomi
Empowered People	Kondisi kehidupan
	Kesehatan
	Pendidikan
	Lingkungan alami

Sumber: Diolah oleh penulis

Salah satu pilar dari terbentuknya kemakmuran adalah modal sosial. Modal sosial merupakan modal berupa kontribusi jaringan sosial yang berperan sebagai aset untuk menghasilkan keuntungan dalam perekonomian dan meningkatkan kemakmuran.

Berdasarkan Legatum Institute terdapat lima indikator dalam modal sosial, yakni; hubungan individu dan keluarga (*Personal and Family Relationship*), jaringan sosial (*Social Networks*), kepercayaan antar individu (*Interpersonal Trust*), kepercayaan antar lembaga (*Institutional Trust*), dan partisipasi sipil dan sosial (*Civic and Social Participation*). Berdasarkan data dibawah ini regional Asia-Pasific memimpin modal regional dengan perbaikan yang paling besar di 2021, dengan nilai perbaikan sebanyak +7. Peningkatan yang luar biasa ini di dorong beberapa hal, salah satunya, partisipasi sipil dan sosial.



Gambar 1.1 Perubahan skor modal sosial
Sumber: www.prosperity.com

Di Indonesia sendiri minat masyarat dalam bersosialisasi cukup tinggi, menurut catatan Kementrian Dalam Negeri (Kemendagri) pada tahun 2019 terdapat lebih dari 400 ribu organisasi kemasyarakatan di Indonesia. Kegiatan keagamaan adalah organisasi yang paling banyak diikuti dengan presentase sebesar 40,93%, disusul oleh organisasi sosial sebanyak 26,85% (BPS, 2018).

Peraturan Presiden Nomor 18 tahun 2007 menyatakan dalam di Indonesia, pembangunan ekonomi tahunan dilakukan guna sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi melalui dengan mengurangi kemiskinan dan memperluas lapangan pekerjaan. Maka, berimplikasi melalui pendapatan, terdapat potensi pada zakat untuk berkembang menjadi suatu instrumen yang dapat mengatasi masalah ekonomi melalui dengan pemerataan pendapatan.

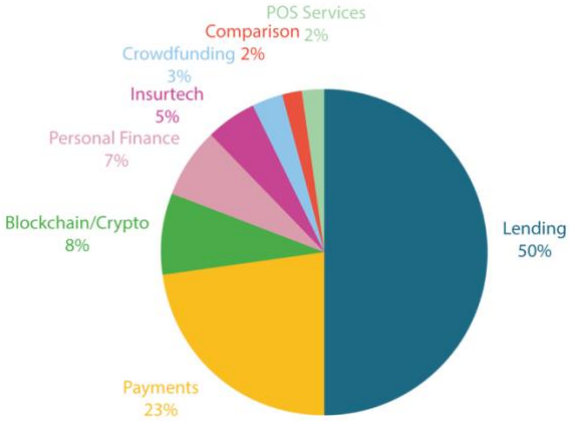
Kesejahteraan masyarakat yang tercipta melalui zakat dilakukan dengan cara memperkecil perbedaan antara yang kaya dan miskin. Selain dipenuhi dalam rangka kewajiban rohani, zakat dapat berperan untuk meningkatkan pembangunan dan pertumbuhan ekonomi. Zakat memiliki implikasi ekonomi seperti konsumsi agregat, tabungan nasional, investasi, dan produksi agregat (Suprayitno, 2020). Ketika pemberi zakat (muzakki) memberikan sejumlah pendapatannya yang sudah ditentukan pada orang yang menerima zakat (mustahik), maka hal ini akan meningkatkan pendapatan mustahik sehingga terjadi peningkatan konsumsi dan dapat memungkinkan mustahik untuk memiliki tabungan dalam jangka panjang.

Di Indonesia sendiri sudah dibuat Undang-Undang No. 38 Tahun 1999 mengenai zakat lebih rinci ke dalam pengelolaannya. Pemerintah mengeluarkan

undang-undang tersebut dalam rangkan mensosialisasikan potensi zakat serta menunjuk suatu badan untuk mengatur pengelolaannya hingga menyalurkannya terhadap para mustahik.

Saat banyak LAZ yang memberikan stimulan dengan tujuan memotivasi seorang muslim untuk membayar zakat dan mengikuti perkembangan zaman, oleh karena hal tersebut Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) mendorong pemanfaatan digitalisasi dengan tujuan dapat menjangkau muzaki dan mustahik yang lebih luas. Hal ini merupakan langkah yang tepat mengingat keberadaan *financial technology (fintech)* yang semakin luas dan tersebar hingga berdampak terhadap meningkatnya perkembangan ekonomi digital di Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan transaksi uang elektronik di Indonesia yang mengalami peningkatan sampai melebihi 100 kali lipat dalam kurun kurang dari satu dekade, dari sebelumnya pada tahun 2012 hanya sejumlah 2 triliun rupiah, menjadi 205 triliun rupiah di tahun 2020.

Peningkatan ekonomi digital Indonesia yang di dukung oleh pemerintah melalui perizinan dan regulasi yang terus diperbarui sehingga mempermudah para pengguna dan penyedianya. Berdasarkan laporan *Singapore Fintech Report* 2020, industri keuangan digital di Indonesia sendiri didominasi oleh Pinjaman *(Peer to peer lending)* dan Pembayaran, dengan presentase sebanyak 50% dan 25%. Diikuti oleh *Blockcain, Crypto, Personal Finance, Insutech, Crowfunding, Comparison*, dan *POS Service*, dengan presentase masing-masing kurang dari 10%. Hingga tahun 2020 sendiri, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) telah mencatat 73 *start up* penyedia layanan *payment*, 33 *start up* penyedia layanan *lending*, 9 *start up* penyedia layanan *crowfunding*, 26 penyedia layanan *blockchain*, 24 penyedia layanan *investments*, 15 *start up* penyedia layanan *insurtech*, 7 *start up* penyedia layanan *POS service*, dan 7 *start up* penyedia layanan *comparison*.



Gambar 1.2 Ekosistem fintech di Indonesia
Sumber: fintechnews.sg

Dalam aplikasinya di kehidupan sehari-hari industri keuangan digital pada layanan pembayaran (*payment)* nyatanya memberikan banyak kemudahan bagi penggunanya. Kemudahan yang diberikan tidak hanya bagi beberapa orang, akan tetapi juga merangkul orang-orang yang belum memiliki rekening bank dan yang tinggal di daerah terpencil sehingga belum mendapatkan akses dari bank pun juga dapat menggunakan layanan ini dengan mudah. Maka dapat kita simpulkan bahwa dengan adanya layanan digital, setiap individu dapat melakukan kegiatan transaksi dengan mudah tanpa perlu terbatas akses jarak dan waktu. Hal ini juga lah yang diharapkan kepada OPZ ketika melakukan penyedian fasilitas *crowfunding* terhadap para muzakki. Pada tahun 2021 BAZNAS memiliki resolusi untuk merealisasikan zakat yang ada pada generasi millenial. Hal ini merupakah salah satu Langkah baik dalam melakukan optimalisasi zakat, dikarenakan menurut APJII (2020) penggunaan internet diperkirakan sampai pada 73,7% populasi di Indonesia dengan sebagian besar penggunanya adalah generasi milenial (25 – 40 tahun), dengan penetrasi tertinggi sebanyak 85% di DKI Jakarta.

Dikutip melalui Tempo.co, BAZNAS mengiformasikan bahwa *trend* berzakat dengan platform media digital saat ini sudah mencapai pada angka 25 persen dari penerimaan total BAZNAS, yang mana ini meningkat sebanyak 6 persen dari tahun 2019 yang di dominasi oleh Muzakki Milenial.

Akan tetapi meskipun begitu, data BAZNAS menyebutkan nilai potensi zakat tahun 2020 dapat menyentuh nominal Rp 327,6 trilliun. Jumlah ini tentu

sangatlah besar dan memberikan pengaruh positif pada perekonomian. Akan tetapi faktanya, potensi tersebut hanya dapat terealisasi sebanyak 21,7% atau sekitar Rp 71,2 trilliun. Besarnya jumlah angka potensi zakat yang berbanding terbalik terhadap realisasinya membuktikan bahwa Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) belum memiliki kemampuan untuk mempengaruhi mereka yang telah berzakat dan belum berzakat untuk menyalurkannya melalui OPZ. Sehingga diperlukan adanya optimalisasi yang dapat memotivasi muzakki di Indonesia untuk membayar zakat khususnya pada generasi millenial.

Di Jakarta sendiri terdapat salah satu OPZ berskala nasional, yaitu LAZ Al Azhar. LAZ ini ditetapkan statusnya sebagai LAZ berskala nasional pada tahun 2016. Guna mendorong pemafaatan digitalisasi yang sedang berkembang sangat pesat, sebagai LAZ Al Azhar memanfaatkan hal tersebut dengan melakukan kerja sama dengan beberapa *crowfunding* serta membuat aplikasi milik sendiri yang bernama 'LAZ Al Azhar" yang dapat diakses oleh pengguna android. Selain melakukan pemanfaatan digitalisasi dengan cara pembuatan aplikasi crowfunding, LAZ Al Azhar juga melebarkan sayapnya melalui sistem *website* yang diharapkan lebih mudah untuk digunakan, dikarenakan penggunannya dapat di akses secara langsung tanpa harus mengunduh aplikasi. Selain melakukan pemanfaatan digitalisasi dengan membuat *crowfunding* milik sendiri, LAZ Al Azhar juga melakukan kerja sama dengan beberapa *e-commerce* dan perbankan besar seperti; Shoppe, Tokopedia, Bank Danamon, Bank CIMB, Bank BCA, dan bank lainnya. Hal ini dilakukan LAZ Al Azhar sebagai upaya untuk menjangkau muzakki yang lebih luas hingga ke seluruh wilayah di Indonesia. Selain melakakukan pemanfaatan digitalisasi yang bertujuan untuk menjangkau para muzakki yang lebih luas lagi, LAZ Al Azhar juga memiliki sistem pengelolaan manajamen internal ZISWAF (Zakat, Infaq, Sodaqah, dan Wakaf) yang bertujuan meningkatkan efektitas dan efisien dalam pengelolaan. Saat ini hampir 50% muzakki yang melakukan transisi pembayaran ke digital, baik melalui aplikasi atau situs *crowfunding* Al-Azhar, *crowfunding on-boarding*, dan Transfer.

Salah satu peran yang esensial pada diri seseorang beragama ialah religiusitas. Delener (1994) menjelaskan bahwa "religiusitas ialah pengetahuan

indivdu dan penghayatannya dalam bentuk aspek budaya dan bagaimana penganutanny terhadap kepercayaan menjadi peran penting sehingga memiliki berpengaruh terhadap perilaku ataupun tindakan seorang konsumen". Maka, jika seseorang muslim mampu melakukan penghayatan dan juga melaksanakan keyakinannya, pada agam Islam terdapat syariat akan manfaat dan juga kewajiban dari melaksanakan zakat. Nantinya hal ini akan berdampak pada keputusan individu untuk menunaikan zakat. Sehingga, makin tinggi keyakinan serta pengetahuan individu pada objek zakatnya, berdampak pada makin besarnya kemungkinan pada suatu individu tersebut untuk berbuat.

Menurut Aristiana (2019) kepercayaan merupakan bentuk keinginana seseorang untuk menggantungkan sesuatu terhadap seseorang ketika kita memiliki rasa keberanian kepada orang tersebut dan menaruh rasa kepercayaan. Menurut Sawlani (2021) dalam dunia transaksi *online,* diperlukan adanya kepercayaan akan kedua pihak yang melakukan transaksi yang di dasari oleh adanya kepentingan bersama yang akan menguntungkan kedua belah pihak. Karena pada transaksi *online,* resiko seperti adanya kerugian-kerugian yang tidak diharapkan bisa saja terjadi, sehingga kepercayaan konsumen adalah faktor terpenting dalam melakukan transaksi *online* khususnya melalui layanan digital dikarenakan di dalamnya terdapat ketidakpastian dan risiko yang bisa saja terjadi. Kemudian hal ini akan berpengaruh terhadap keputusan muzakki untuk memilih OPZ dalam melakukan zakat.

Menurut Machdar (2019) kemudahan pengguna atau *Perceived Ease of Use* adalah tingkatan keyakinan pada suatu pengunaan sistem tertentu bahwa dalam penggunannya sistem tersebut tidak memerlukan usaha yang besar. Walaupun usaha yang dilakukan setiap orangnya dapat berbeda, akan tetapi suatu sistem harus mudah di terapkan dan di gunakan oleh penggunanya tanpa mengeluarkan usaha yang dianggap memberatkan. Usaha ini harus dilakukan oleh para pembuat sistem, sehingga dapat menghindari penolakan dari pengguna terhadap sistem yang dikembangkan. Melalui Wiharjo & Hendratmi (2019), Luarn & Lin (2005) menyatakan bahwa lebih dari 50% *user e-banking* di Taiwan memiliki pendapat pada kenyamanan berupa kemudahan sangat mempengaruhi pengguna untuk

menggunakannya. Terdapat keseuaian akan hasil dari penelitian Nuryahya et al. (2019) mengutarakan bahwa tanggapan kemudahan penggunaan memiliki hasil yang signifikan terhadap keputusan berzakat menggunakan layanan digital di Jawa Barat.

Berdasarkan fenomena-fenomena yang telah peneliti sebutkan, membuat peneliti tertarik dan ingin meneliti lebih dalam lagi tentang faktor yang mempengaruhi motif sosial-ekonomi melalui keputusan berzakat menggunakan layanan digital (studi kasus LAZNAS Al-Azhar).

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian tersebut dapat dikemukakan pokok dari penelitian ini ialah pada Keputusan Berzakat menggunakan Layanan Digital pada Muzakki generasi millenial LAZNAS Al-Azhar.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Pada latar belakang telah diuraikan, oleh karena itu dirumuskan pokok-pokok permasalahan:

1. Bagaimana faktor religiusitas memiliki pengaruh terhadap keputusan berzakat menggunakan layanan digital pada generasi milenial LAZNAS Al-Azhar?
2. Bagaimana faktor kepercayaan memiliki pengaruh terhadap keputusan berzakat menggunakan layanan digital pada generasi milenial Remaja LAZNAS Al-Azhar?
3. Bagaimana faktor kemudahan pengguna memiliki pengaruh terhadap keputusan berzakat menggunakan layanan digital pada generasi milenial LAZNAS Al-Azhar?
4. Faktor manakah yang menjadi faktor prioritas terhadap keputusan berzakat menggunakan layanan digital pada generasi milenial LAZNAS Al-Azhar?

1.4 Tujuan Penelitian

Setelah diuraikan pertanyaan penelitiannya, dapat diketahui tujuan penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui pengaruh religiusitas terhadap keputusan berzakat menggunakan layanan digital pada generasi milenial LAZNAS Al-Azhar
2. Mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap keputusan berzakat menggunakan layanan digital pada generasi milenial LAZNAS Al-Azhar
3. Mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap keputusan berzakat menggunakan layanan digital pada generasi milenial LAZNAS Al-Azhar
4. Mengetahui faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan berzakat menggunakan layanan digital pada generasi milenial LAZNAS Al-Azhar

1.5 Manfaat Penelitian

Diharapkan dalam penelitian yang dilakukan memberi kebermanfaatan pada berbagai pihak berkepentingan, serta diharapkan melalui penelitian ini dapat diperoleh manfaat sebagai berikut:

1. Bagi masyarakat, bisa dijadikan sumber ilmu pengetahuan terutama mengenai keputusan muzaki dalam berzakat menggunakan layanan digital.
2. Bagi organisasi pengelola zakat (OPZ), sebagi bahan pertimbangan dan sumber informasi guna meningkatkan realisasi zakat.
3. Bagi penelitian selanjutnya, dapat menjadi suatu sumber ilmu bagi oleh peneliti setelahnya.