

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan populasi penduduk yang dinamis pada negara berkembang seperti Indonesia menimbulkan masalah krusial baru yaitu kemiskinan.¹ Untuk mengatasi kemiskinan tersebut, pemerintah Indonesia telah menyelesaikan masalah keuangan ataupun ekonomi. Namun pada penerapannya, masalah kemiskinan tersebut masih belum terselesaikan sepenuhnya. Oleh karena itu, diperlukan strategi baru agar masyarakat miskin dapat berdaya salah satunya melalui pemanfaatan Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) yang disalurkan kepada pihak yang berhak menerimanya

Zakat merupakan suatu instrumen ibadah kewajiban umat Muslim, bagi siapapun yang hartanya telah mencapai nisab dan haul. Sedangkan infak dan sedekah tidak berdasar nisab dan haul, hanya sekedar kedermawanan seorang Muslim. Hasil sumber dana dari zakat, infak dan sedekah tersebut dapat membantu pemerintah dalam menyelesaikan problematika kemiskinan yang tinggi di Indonesia.²

Indonesia memiliki berbagai macam lembaga amil zakat atau lembaga pengumpulan dan pengelolaan dana zakat, infak dan sedekah yang sangat

¹ Mansur Efendi, "Pengelolaan Zakat Produktif Berwawasan Kewirausahaan Sosial Dalam Mengentaskan Kemiskinan Di Indonesia [Management of Productive Zakat with Social Entrepreneurship Insight in Alleviating Poverty in Indonesia]," *Al-Ahkam: Jurnal Ilmu Syari'ah Dan Hukum* 2, no. 1 (2017): 21–38.

² Irman G. Lanti, Akim, dan Windy Dermawan, "Examining the Growth of Islamic conservatism in Indonesia: The case of West Java," *Rising Islamic Conservatism in Indonesia: Islamic Groups and Identity Politics*, no. July (2020): 54–79.

membantu di kalangan masyarakat. Salah satunya adalah lembaga amil zakat yang dibentuk atau dilindungi oleh pemerintah yaitu Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). BAZNAS merupakan lembaga pemerintah *nonstruktural* yang bersifat mandiri dan bertanggung jawab kepada Presiden melalui Menteri dan berwenang melakukan tugas pengelolaan zakat secara nasional.³

Berdasarkan data Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), potensi dana zakat di Indonesia tahun 2020 sebesar 327,6 triliun rupiah dengan didominasi oleh potensi zakat perusahaan, zakat penghasilan dan jasa. Adanya potensi zakat yang besar tersebut ternyata tidak sejalan dengan realisasi perolehan dana zakat.⁴ Hal ini dikarenakan realisasi penghimpunan dana zakat pada tahun 2020 hanya mencapai 305,24 miliar rupiah, sehingga terdapat kesenjangan sebesar 32,7 persen.⁵

Pada Undang-Undang tentang Pengelolaan Zakat Nomor 23 Tahun 2011 menyebutkan mekanisme pengelolaan zakat meliputi: penghimpunan, pendistribusian dan pendayagunaan. Untuk mencapai sebuah potensi zakat tersebut, maka lembaga amil zakat harus merencanakan penghimpunan yang baik dan tepat sesuai kebutuhan.⁶ Penghimpunan memiliki dua metode yaitu

³ Holil, "Lembaga Zakat Dan Peranannya Dalam Ekuitas Ekonomi Sosial Dan Distribusi," *Al-Infraq: Jurnal Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2019): 13–22.

⁴ Badan Amil Zakat Nasional, *Outlook Zakat Indonesia 2021*, Pusat Kajian Strategis Badan Amil Zakat Nasional (Puskas Baznas), 2021.

⁵ Badan Amil Zakat Nasional, *Outlook Zakat Nasional 2020*, Puskas Baznas, 2020, <https://www.puskasbaznas.com/publications/books/1113-outlook-zakat-indonesia-2020>.

⁶ Atik Abidah, "Analisis Strategi Fundraising Terhadap Peningkatan Pengelolaan ZIS pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo," *Kodifikasia* 10, no. 1 (2016): 1–27.

secara *direct* (langsung) dan secara *indirect* (tidak langsung). Ada beberapa teknik atau cara penghimpunan dana diantaranya: *door to door*, kotak sumbangan, QRIS, melalui dompet digital, web, dan *direct mail*.⁷ Akan tetapi, penghimpunan dana ZIS melalui *digital payment* banyak diminati masyarakat, karena dapat mempermudah dalam melakukan transaksi dengan waktu dan tempat yang fleksibel.

Pertumbuhan *fintech* syariah di Indonesia menunjukkan potensi yang cukup besar terbukti dengan masuknya Indonesia ke dalam kategori “*leaders*” ekosistem *fintech* syariah global. Berdasarkan *Global Islamic Fintech (GIFT) Report 2022* yang dirilis pada 28 Juli 2022, Indonesia meraih peringkat ketiga dengan skor index sebesar 65, berhasil menyusul Arab Saudi dengan skor 80 di peringkat kedua dan Malaysia di peringkat pertama dengan perolehan skor 81. Indonesia dinilai memiliki prospek *fintech* syariah yang cerah dengan prediksi kenaikan volume transaksi dari \$4.239,4 juta (2021) menjadi \$11.263,6 juta (2026) atau tingkat kenaikan kumulatif tahunan *Compounded Annual Growth Rate (CAGR)* sebesar 21,6 persen yang lebih tinggi dibandingkan Arab Saudi dan Malaysia.⁸

Teknologi berbasis digital berkembang pesat di masyarakat karena membawa manfaat yang dirasakan langsung oleh penggunanya. Pesatnya perkembangan teknologi digital saat ini dibuktikan dengan munculnya

⁷ Muhammad Agus Futuhul Ma’wa and Ahmad Surohman, “Strategi Fundraising Zakat , Infak Dan Sedekah,” 2019.

⁸ Dinar Standard, “Global Islamic Fintech Report,” *Global Islamic Fintech Report*, 2022, 56, <https://cdn.salaamgateway.com/special-coverage/islamic-fintech-2021/Global-Islamic-Fintech-Report-2021-Executive-Summary.pdf>.

berbagai alat komunikasi yang canggih dan modern, dimana seseorang dapat melakukan apa saja yang ia inginkan melalui alat komunikasi digital yang ia miliki.⁹ Pesatnya perkembangan teknologi finansial ini juga berlaku pada pembayaran zakat, infak dan sedekah. Indonesia memiliki potensi yang cukup besar untuk pengumpulan dan pemberdayaan zakat karena mayoritas penduduk di Indonesia beragama Islam, potensi zakat di Indonesia sendiri terus meningkat pada setiap tahunnya. Meningkatnya jumlah pengumpulan zakat setiap tahun tidak terlepas dari pengelolaan zakat dengan baik.

Potensi dana zakat, infak, dan sedekah yang begitu besar serta realisasi penghimpunan dari para muzaki dan pemberdayaan dana tersebut kepada para mustahik yang merupakan masyarakat miskin yang telah dilakukan oleh Badan Amil, menunjukkan bahwa dukungan pemerintah dan masyarakat kepada aktifitas pengelolaan dana zakat, infak, dan sedekah sangat baik. Agar mendapatkan hasil yang lebih baik dengan pengelolaan yang lebih profesional, maka diperlukan sebuah evaluasi atas hasil pemberdayaan dana zakat, infak, dan sedekah di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) khususnya BAZNAS di Kabupaten Tasikmalaya.

BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya merupakan salah satu pengelola dana ZIS di Kabupaten Tasikmalaya yang memiliki eksistensi yang baik dan terletak strategis di tengah wilayah yang membuatnya mudah dijangkau. BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya juga memanfaatkan sistem digitalisasi

⁹ Mohammad Feizal Firdaus dan Mukhamad Fadhir, "Pentingnya Pendidikan Karakter di Era Digital untuk Masa Depan," Menjadi Mahasiswa yang Unggul Di Era Industri 4.0 dan Society 5.0, 2019, 109–13.

dalam mengoptimalkan dan mengefektifitaskan pengumpulan dana ZIS yang ada di Kabupaten Tasikmalaya dengan membuat berbagai media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *Gmail*. Media sosial tersebut sangat populer digunakan oleh masyarakat dalam rangka mensosialisasikan berbagai program kerja yang ada di BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya serta *website* atau situs yang dapat diakses oleh masyarakat terkait transparansi BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya dalam pengelolaan dana ZIS.¹⁰

BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya juga menyediakan pembayaran ZIS melalui *Kitabisa*, *Sapa Agnia/Whatsapp Sender*, *QRIS* dan *transfer* dari berbagai bank. BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya juga melakukan kerja sama dengan berbagai instansi pemerintah kabupaten dan pendidikan dalam hal pembayaran ZIS, dimana gaji para pegawai akan langsung terpotong sebanyak 2,5% dari gaji perbulannya dan ini dilakukan langsung pada tabungan pegawai di bank baik konvensional maupun syariah. Bagi pegawai yang telah memenuhi nisab zakat maka akan masuk dalam pembayaran zakat dan untuk pegawai yang belum memenuhi nisab akan dimasukkan dalam pembayaran infak dan sedekah.¹¹

Penggunaan digital pada dasarnya dapat mempermudah dan mempercepat segala aktivitas manusia. Oleh karena itu, dengan adanya sistem digital ini BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya memanfaatkan dalam hal

¹⁰ Badan Amil Zakat Nasional, "Baznas Kab Tasikmalaya," Diakses pada tanggal 13 Oktober, 2023, <https://berbagi.link/baznaskabtasikmalaya>.

¹¹ Wawancara dengan Dian, Kepala Divisi Penghimpunan, pada tanggal 18 September 2023 di Kantor BAZNAS Kabupaten Tasikmlaya.

pengumpulan dana ZIS baik itu dalam hal sosialisasi maupun pembayaran. Sehingga pengumpulan dana ZIS dapat berjalan dengan optimal dan efektif dalam meningkatkan pengumpulan dana ZIS.

Intensi masyarakat membayar zakat, infak dan sedekah secara digital dapat dianalisis dengan menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM merupakan teori yang menawarkan landasan untuk mempelajari dan memahami perilaku pengguna dalam menerima dan menggunakan suatu sistem informasi.¹² Selanjutnya TAM diharapkan dapat memprediksi sikap individu dan penerimaan terhadap teknologi serta dapat memberikan informasi dasar yang diperlukan mengenai faktor-faktor yang memotivasi sikap individu.

Menurut Venkatesh dan Davis dalam TAM, niat individu untuk menggunakan teknologi ditentukan oleh dua faktor yaitu persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) yang akan mempengaruhi sikap seseorang untuk membayar ZIS secara digital. Persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) merupakan tingkat kepercayaan seseorang bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja. Sedangkan persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) merupakan tingkat kepercayaan seseorang bahwa penggunaan teknologi

¹² Putu Ayu Mira Witriyanti Wida, Ni Nyoman Kerti Yasa, and I Putu Gde Sukaatmadja, "The Technology Acceptance Model," *Journal of Organizational and End User Computing* 16, no. 1 (2004): 59–72, <https://doi.org/10.4018/joeuc.2004010104>.

mempermudah penyelesaian pekerjaan.¹³ Hal ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa masyarakat yang memiliki minat dalam melakukan pembayaran ZIS melalui *platform* digital dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan serta persepsi kegunaan.¹⁴

Banyaknya masyarakat yang telah berpartisipasi dalam menyalurkan ZIS melalui *platform* digital menjadi salah satu hal yang menarik untuk diteliti. Tidak hanya itu, pada penelitian dan pemaparan para ahli di atas menunjukkan bahwa adanya *research gap* antara berbagai hasil penelitian mengenai penerimaan teknologi menggunakan model TAM. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji mengenai perilaku masyarakat dalam menyalurkan dana ZIS menggunakan *platform* digital dengan menggunakan teori TAM dengan menambahkan variabel kepercayaan dan literasi zakat.

Kepercayaan masyarakat dalam membayar ZIS melalui digital di lembaga zakat dapat diartikan sebagai ketersediaan masyarakat untuk menitipkan sebagian hartanya kepada lembaga zakat tanpa melalui transaksi langsung untuk dikelola dan disalurkan kepada mustahik.¹⁵ Kepercayaan masyarakat dipengaruhi oleh adanya lembaga pengelola zakat yang profesional, integritas, amanah, transparan serta yang menaungi *platform*

¹³ Viswanath Venkatesh dan Fred D. Davis, "Theoretical Extension of The Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies," *Management Science* 46, no. 2 (2000): 186–204, <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>.

¹⁴ Bimmo Dwi Baskoro dan Gina Destrianti Karmanto, "Intensi Masyarakat dalam Menyalurkan Zakat, Infaq, dan Shadaqah (Zis) melalui Penggunaan Platform Crowdfunding," *Point* 2, no. 2 (2020): 95–109, <https://doi.org/10.46918/point.v2i2.748>.

¹⁵ A Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Paramedia Group, 2009), <https://books.google.co.id/books?id=0SFADwAAQBAJ&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false>.

digital pembayaran ZIS yang baik.¹⁶ Sehingga apabila semakin tinggi integritas lembaga pengelola zakat maka kepercayaan dari masyarakat untuk membayar ZIS secara digital juga semakin tinggi.

Tidak hanya kepercayaan, minat membayar ZIS melalui digital juga dipengaruhi oleh literasi zakat. Literasi juga dapat didefinisikan sebagai keterampilan atau potensi seseorang pada kemampuan kognitif yaitu membaca dan menulis, memahami dan mengolah informasi yang diterima.¹⁷ Sedangkan literasi zakat dapat diartikan sebagai suatu kecakapan atau pemahaman untuk membaca, menghitung, berbicara, menganalisis atau mendapatkan informasi yang berkaitan dengan zakat dan meningkatkan kesadaran seseorang untuk menunaikan zakatnya.¹⁸

Sejumlah penelitian mengungkapkan bahwa faktor penyebab rendahnya pembayaran zakat di Indonesia adalah literasi zakat. Pada generasi milenial ditemukan bahwa 44.6% memiliki tingkat pemahaman rendah pada objek pengetahuan dasar zakat, serta 57% memiliki tingkat literasi rendah pada objek pengetahuan lanjutan.¹⁹ Dengan demikian, sejalan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwas kepercayaan dan literasi zakat

¹⁶ Soemitra.

¹⁷ Ismi Nurul Qomaria dan Titik Puspita Sari, "Pemberdayaan Rumah Baca 'Pelangi' sebagai Sarana Meningkatkan Literasi Membaca Anak di Desa Palaan," *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 3 (2022): 305–11, <https://doi.org/10.31949/jb.v3i3.2646>.

¹⁸ BAZNAS, *Indeks Literasi Zakat: Teori Dan Konsep*, Vol.66 (In Puskas BAZNAS: PUSKAS BAZNAS, 2019).

¹⁹ Clarashinta Cangih and Rachma Indrarini, "Apakah Literasi Mempengaruhi Penerimaan Zakat?," *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)* 11, no. 1 (2021): 1, [https://doi.org/10.21927/jesi.2021.11\(1\).1-11](https://doi.org/10.21927/jesi.2021.11(1).1-11).

mempengaruhi perilaku muzaki dalam membayar zakat di lembaga pengelolaan zakat.²⁰

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui intensi masyarakat membayar ZIS secara digital di BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya. Dengan mengetahui intensinya diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam melakukan intervensi yang mempunyai daya ungkit terhadap pembayaran ZIS. Sehingga pada akhirnya, seluruh masyarakat Kabupaten Tasikmalaya serta luar Kabupaten Tasikmalaya dapat melakukan pembayaran ZIS secara digital di BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah *Perceived Ease of Use* (PEOU) berpengaruh positif secara signifikan terhadap *Attitude Towards Usage* (ATU) untuk membayar zakat, infak dan sedekah secara digital di BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya?
2. Apakah *Perceived Usefulness* (PU) berpengaruh positif secara signifikan terhadap *Attitude Towards Usage* (ATU) untuk membayar zakat, infak dan sedekah secara digital di BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya?
3. Apakah *Attitude Towards Usage* (ATU) berpengaruh positif secara signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI) untuk membayar zakat, infak dan sedekah secara digital di BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya?

²⁰ Muhammad Irsyad, Besse Wediawati, and Agus Solikhin, "Pengaruh Literasi Zakat Dan Kepercayaan Pada Lembaga Pengelola Zakat Terhadap Perilaku Membayar Zakat Muzakki Di Kota Jambi Tahun 2021-2022," *IJIEB: Indonesian Journal of Islamic Economics and Business* 8, no. 1 (2023): 148–57, <http://e-journal.lp2m.uinjambi.ac.id/ojp/index.php/ijoieb>.

4. Apakah *Trust* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI) untuk membayar zakat, infak dan sedekah secara digital di BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya?
5. Apakah *Perceived Ease of Use* (PEOU) berpengaruh positif secara signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI) untuk membayar zakat, infak dan sedekah secara digital di BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya?
6. Apakah *Perceived Usefulness* (PU) berpengaruh positif secara signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI) untuk membayar zakat, infak dan sedekah secara digital di BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya?
7. Apakah *Zakat Literacy* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI) untuk membayar zakat, infak dan sedekah secara digital di BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dengan menjelaskan pengaruh *Perceived Ease of Use* (PEOU) terhadap *Attitude Towards Usage* (ATU) untuk membayar zakat, infak dan sedekah secara digital di BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya.
2. Untuk mengetahui dengan menjelaskan pengaruh *Perceived Usefulness* (PU) terhadap *Attitude Towards Usage* (ATU) untuk membayar zakat, infak dan sedekah secara digital di BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya.
3. Untuk mengetahui dengan menjelaskan pengaruh *Attitude Towards Usage* (ATU) terhadap *Behavioral Intention* (BI) untuk membayar zakat, infak dan sedekah secara digital di BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya.

4. Untuk mengetahui dengan menjelaskan pengaruh *Trust* terhadap *Behavioral Intention* (BI) untuk membayar zakat, infak dan sedekah secara digital di BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya.
5. Untuk mengetahui dengan menjelaskan pengaruh *Perceived Ease of Use* (PEOU) terhadap *Behavioral Intention* (BI) untuk membayar zakat, infak dan sedekah secara digital di BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya.
6. Untuk mengetahui dengan menjelaskan pengaruh *Perceived Usefulness* (PU) terhadap *Behavioral Intention* (BI) untuk membayar zakat, infak dan sedekah secara digital di BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya.
7. Untuk mengetahui dengan menjelaskan pengaruh *Zakat Literacy* terhadap *Behavioral Intention* (BI) untuk membayar zakat, infak dan sedekah secara digital di BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya.

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Akademis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang luas mengenai edukasi kepada masyarakat khususnya mengenai zakat, infak dan sedekah;
 - b. Sebagai wujud implementasi perbandingan teori yang didapatkan di bangku kuliah dengan yang sebenarnya terjadi di lapangan;
 - c. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi kontribusi dalam pengembangan dan penyempurnaan penelitian sebelumnya.

2. Manfaat Praktisi

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya sebagai bahan pertimbangan dalam hal pengevaluasian, peningkatan dan pengembangan inovasi publikasi dan kredibilitas lembaga dalam hal peningkatan dana zakat, infak dan sedekah.

3. Manfaat Umum

Penelitian ini juga bertujuan agar masyarakat lebih memahami tentang zakat, infak, sedekah dan tersedianya informasi yang baik tentang preferensi muzaki dalam pembayaran zakat di BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya. Hal ini diharapkan dapat memotivasi masyarakat yang belum membayar zakat, infak dan sedekah secara digital di BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya.