

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia dikenal sebagai negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam yaitu mencapai 240,62 juta jiwa atau 86,7% dari populasi nasional yang totalnya 277,53 juta jiwa pada tahun 2023.¹ Keadaan ini membawa keuntungan tersendiri dalam upaya pembangunan untuk mewujudkan masyarakat Islam yang sejahtera dimana Islam memiliki instrumen penyaluran harta yaitu Zakat, Infaq, dan Sedekah (ZIS). Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) merupakan salah satu bentuk ibadah yang wajib dilaksanakan oleh umat Islam, dengan tujuan tercapainya pemenuhan kebutuhan dasar bagi masyarakat miskin sebagai *mustahik*, sehingga mereka dapat bertahan hidup sehari-hari dan pada akhirnya mampu bekerja untuk memenuhi kebutuhan diri dan keluarganya secara mandiri.² Oleh karena itu, untuk memastikan pengelolaan ZIS berjalan dengan baik, keberadaan lembaga resmi seperti BAZNAS menjadi sangat penting.

BAZNAS Kota Tasikmalaya adalah badan resmi yang bertanggung jawab atas pengelolaan zakat di Kota Tasikmalaya. BAZNAS bertugas mengumpulkan, mendistribusikan, dan memanfaatkan dana zakat agar dapat disalurkan dengan benar kepada orang-orang yang berhak (*mustahik*),

¹ Cindy Mutia Annur, "Populasi Muslim Indonesia Terbanyak di Asia Tenggara, Berapa Jumlahnya?," 2023, <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/66cd9412a56b6/populasi-muslim-indonesia-terbanyak-di-asia-tenggara-berapa-jumlahnya>.

² Dian Masyita, "Lessons Learned of Zakat Management from Different Era and Countries," *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, (2018): 441–456, <https://doi.org/10.15408/aiq.v10i2.7237>.

sesuai dengan peraturan yang berlaku. Tasikmalaya merupakan salah satu kota di Provinsi Jawa Barat yang mana Agama Islam menjadi agama mayoritas atau terbanyak yaitu sebanyak 747.123 orang atau sebesar 98,59% dari jumlah penduduk Kota Tasikmalaya pada tahun 2023.³ Hal ini menjadikan kota yang dijuluki sebagai Kota Santri ini dapat menjadi potensi dalam meningkatkan realisasi penerimaan dana Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) di Kota Tasikmalaya. Akan tetapi, meskipun potensi tersebut cukup tinggi, pada kenyataannya tidak semua masyarakat menyalurkan zakat, infak, dan sedekahnya melalui BAZNAS Kota Tasikmalaya.

Menurut Laporan Statistik BAZNAS Kota Tasikmalaya, pengumpulan dana Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) secara keseluruhan telah tercapai, meskipun terdapat beberapa periode yang mengalami penurunan. Berdasarkan data yang tersedia, pengumpulan ZIS selama lima tahun terakhir adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Realisasi Pengumpulan Zakat dan Infak/Sedekah Kota Tasikmalaya Tahun 2019-2023

No	Tahun	Pengumpulan	Persentase (%)
1.	2019	12.704.814.646	17,9%
1.	2020	4.293.751.259	(-66,2%)
2.	2021	4.921.581.247	14,6%
3.	2022	5.824.270.710	18,3%
4.	2023	6.553.507.415	12,5%
Jumlah		34.297.889.277	

Sumber: ppid.baznas.go.id⁴

³ Open Data Kota Tasikmalaya, "Kependudukan Kota Tasikmalaya Tahun 2023," accessed September 18, 2024, <https://opendata.tasikmalayakota.go.id/artikel/kependudukan-kota-tasikmalaya-tahun-2023-semester-ii>.

⁴ "PPID BAZNAS RI," accessed September 17, 2024, <https://ppid.baznas.go.id/laporan/laporan-pengelolaan-zakat>.

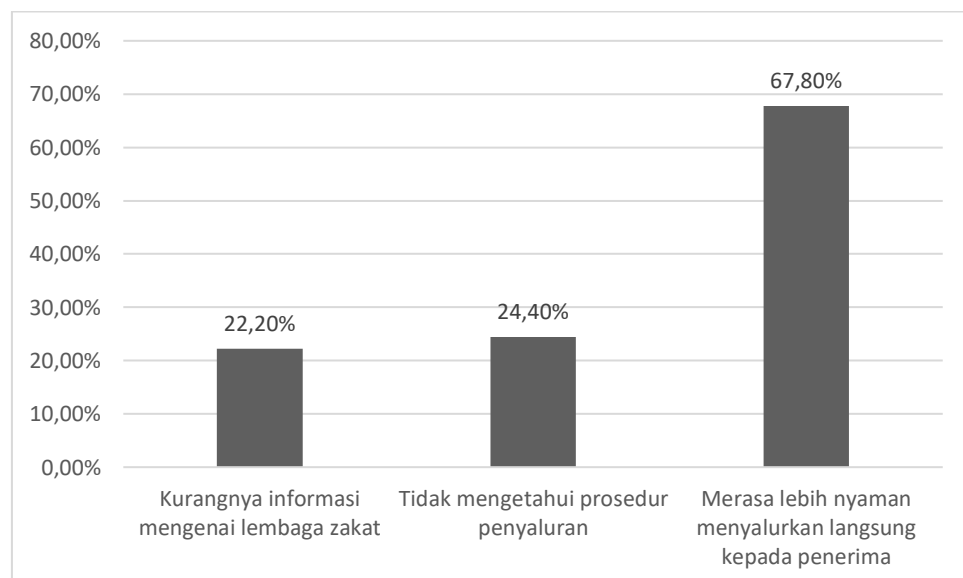
Berdasarkan Tabel 1.1, realisasi penerimaan Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) di Kota Tasikmalaya tahun 2019-2023 menunjukkan fluktuasi. Pada tahun 2019, pengumpulan mencapai Rp12,7 miliar (17,9%). Namun, pada tahun 2020 terjadi penurunan drastis yaitu hanya terkumpul Rp4,2 miliar (-66,2%). Pada tahun 2021, pengumpulan kembali meningkat menjadi Rp4,9 miliar (14,6%). Peningkatan berlanjut pada tahun 2022 dengan pengumpulan sebesar Rp5,8 miliar (18,3%). Namun pada tahun 2023, meskipun jumlah pengumpulan mencapai Rp6,3 miliar, persentase pertumbuhannya turun menjadi 12,5%. Secara keseluruhan, total pengumpulan selama lima tahun tersebut adalah Rp34,2 miliar. Peningkatan dan penurunan jumlah realisasi pengumpulan Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) ini mencerminkan adanya perubahan minat masyarakat dalam menyalurkan ZIS, khususnya di Kota Tasikmalaya.

Minat adalah dorongan kuat yang mendorong seseorang untuk melakukan berbagai usaha guna mencapai tujuan dan cita-cita mereka. Ketertarikan yang besar terhadap sesuatu dapat menjadi motivasi utama yang membangkitkan semangat untuk bertindak, seperti dalam hal ini, menyalurkan ZIS melalui lembaga zakat.⁵ Minat seseorang muncul saat terdapat sesuatu yang menarik perhatian mereka dan memberikan manfaat yang jelas, dapat dirasakan, dan dialami langsung. Dengan demikian, dapat

⁵ Mella Rosalinda, Abdullah Abdullah, dan Fadli Fadli, "Pengaruh Pengetahuan Zakat, Pendapatan dan Kepercayaan Muzakki terhadap Minat Pelaku UMKM untuk Membayar Zakat Niaga di Organisasi Pengelola Zakat Kota Bengkulu," *Jurnal Akuntansi* 11, no. 1 (2021): hlm. 71, <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.11.1.67-80>.

disimpulkan bahwa minat adalah dorongan kuat yang mendorong seseorang untuk melakukan berbagai usaha guna mewujudkan keinginannya.

Memahami penyebab fluktuasi dalam realisasi pengumpulan dana Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) di Kota Tasikmalaya memerlukan analisis mendalam, sehingga penulis melakukan survei pendahuluan. Peneliti mencoba melakukan prasurvei terhadap 102 responden kepada masyarakat umum di Kota Tasikmalaya dengan mengajukan pertanyaan pernah atau tidak menyalurkan ZIS melalui BAZNAS Kota Tasikmalaya. Ternyata 16,7% orang menyatakan pernah menyalurkan ZIS melalui BAZNAS, dan sebanyak 83,3% lainnya tidak pernah menyalurkan ZIS melalui BAZNAS. Selanjutnya, ketika ditanyakan alasan responden tidak menyalurkan ZIS melalui BAZNAS Kota Tasikmalaya, hasilnya dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 1. 1 Hasil Survei Pendahuluan⁶

⁶ <https://bit.ly/RisetPendahuluanHanna>.

Berdasarkan Gambar 1.1, fenomena yang saat ini terjadi di masyarakat Kota Tasikmalaya menunjukkan bahwa banyak orang memilih untuk memberikan zakat langsung kepada *mustahik* yaitu sebanyak 67,8%. Salah satu alasan masyarakat merasa lebih nyaman menyalurkan Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) langsung kepada *mustahik* adalah karena mereka merasa bahwa kualitas pelayanan dari lembaga zakat masih kurang efektif. Ketika layanan yang diberikan oleh lembaga zakat dianggap tidak memadai atau tidak memenuhi harapan, masyarakat cenderung mencari cara lain yang dianggap lebih mudah dan cepat. Kualitas pelayanan mengacu pada seberapa baik atau buruknya tindakan seseorang dalam menarik perhatian orang lain dengan penawarannya.⁷ Dengan mempertahankan kualitas pelayanan BAZNAS Kota Tasikmalaya, secara tidak langsung akan mendorong donatur untuk lebih tertarik membayar zakat mereka.

Faktor kedua adalah ketidaktahuan mengenai prosedur penyaluran sebanyak 24,4%. Faktor ini menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh BAZNAS Kota Tasikmalaya belum berhasil menarik partisipasi masyarakat secara luas, sehingga ketidakpahaman tentang cara dan manfaat menyalurkan ZIS melalui BAZNAS sering membuat masyarakat merasa tidak yakin atau bingung dengan proses tersebut. Sosialisasi adalah cara untuk mengenalkan sesuatu agar seseorang

⁷ Bahariska Suharli, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Muzakki Menjadi Nasabah di BAZNAS Kota Makassar," Jurnal Kajian Ekonomi Syariah, no. 1 (2021): hlm. 4.

merespons dengan positif.⁸ Dengan demikian, sosialisasi merupakan usaha untuk memperkenalkan sesuatu agar dapat diketahui, dipahami, dan diresapi oleh masyarakat.

Faktor yang terakhir yaitu kurangnya informasi mengenai lembaga zakat sebanyak 22,2%. Survei ini mengindikasikan bahwa salah satu alasan kurangnya informasi mengenai lembaga zakat adalah karena promosi yang kurang efektif. Promosi adalah langkah penting yang dilakukan perusahaan untuk memperkenalkan produknya dan menarik minat konsumen agar membeli.⁹ Tanpa promosi yang efektif, produk atau jasa tidak akan dikenal secara luas oleh target pasar, sehingga memengaruhi tingkat penjualan dan keberhasilan pemasaran secara keseluruhan.

Dalam melakukan pengukuran terhadap minat masyarakat menyalurkan Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) melalui BAZNAS Kota Tasikmalaya, maka penulis memilih untuk menggunakan variabel promosi, sosialisasi, dan kualitas pelayanan. Ketiga faktor tersebut berkaitan erat dengan faktor-faktor yang memengaruhi timbulnya minat. Ketika ketiga variabel tersebut mampu menyentuh aspek emosional dan kebutuhan individu, hal ini akan memperkuat dorongan internal yang pada akhirnya membangkitkan minat masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam penyaluran ZIS melalui BAZNAS Kota Tasikmalaya.

⁸ Lailatur Rofiqah, "Pengaruh Sosialisasi dan Transparansi Pengelolaan Dana Zakat terhadap Minat Muzakki di LAZIS Al-Muhajirin," *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6, no. 1 (2023): hlm. 614, <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i1.3839>.

⁹ Winda Larika dan Sri Ekowati, "Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo," *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)* 1, no. 1 (2020): hlm. 130.

Promosi lembaga zakat adalah segala bentuk kegiatan atau upaya yang dilakukan oleh lembaga zakat untuk meningkatkan kesadaran, pemahaman, serta partisipasi masyarakat dalam menyalurkan zakat, infak, dan sedekah.¹⁰ Selanjutnya, sosialisasi lembaga zakat adalah serangkaian kegiatan komunikasi dan edukasi yang dilakukan oleh lembaga zakat untuk menyampaikan informasi mengenai peran dan fungsi lembaga zakat kepada masyarakat.¹¹ Kemudian, kualitas layanan bergantung pada kemampuan seorang amil untuk secara konsisten memenuhi harapan masyarakat. Masyarakat yang puas terhadap layanan yang diberikan oleh suatu lembaga zakat secara tidak langsung dapat mendorong promosi dari mulut ke mulut, sehingga dapat meningkatkan minat masyarakat lain untuk turut menyalurkan ZIS melalui lembaga zakat resmi seperti BAZNAS.¹²

Berdasarkan paparan latar belakang masalah di atas maka peneliti tertarik untuk menyusun proposal penelitian dengan judul berikut **“Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Masyarakat Menyalurkan Zakat, Infak, dan Sedekah Melalui BAZNAS Kota Tasikmalaya”**.

¹⁰ Naufal Prima Satria dan Ahmad Ajib Ridlwan, “Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi terhadap Keputusan Donatur Membayar ZIS di Surabaya,” *Jurnal Ekonomi Islam* 2 (2019), hlm. 67.

¹¹ Tri Yulia Arma et al., “Sosialisasi Program BAZNAS untuk Meningkatkan Kesadaran Berzakat di Kabupaten Pesisir Selatan,” *Journal of Education, Cultural, and Politics* 2 (2022), hlm. 164-165.

¹² Teddy Chandra, Stefani Chandra, dan Layla Hafni, *Service Quality, Consumer Satisfaction, dan Consumer Loyalty : Tinjauan Teoritis* (Purwokerto: CV IRDH, 2020), hlm. 63-64.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat menyalurkan ZIS melalui BAZNAS Kota Tasikmalaya?
2. Apakah sosialisasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat menyalurkan ZIS melalui BAZNAS Kota Tasikmalaya?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat menyalurkan ZIS melalui BAZNAS Kota Tasikmalaya?
4. Apakah promosi, sosialisasi, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat menyalurkan ZIS melalui BAZNAS Kota Tasikmalaya?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat menyalurkan ZIS melalui BAZNAS Kota Tasikmalaya.
2. Untuk mengetahui apakah sosialisasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat menyalurkan ZIS melalui BAZNAS Kota Tasikmalaya.
3. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat menyalurkan ZIS melalui BAZNAS Kota Tasikmalaya.

4. Untuk mengetahui apakah promosi, sosialisasi, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat menyalurkan ZIS melalui BAZNAS Kota Tasikmalaya.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi ilmiah bagi peneliti selanjutnya terkait pengelolaan ZIS. Selain itu, penelitian ini dapat membantu mahasiswa, dosen, dan peneliti lain untuk memahami lebih dalam tentang efektivitas pengelolaan ZIS.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi BAZNAS Kota Tasikmalaya dalam meningkatkan strategi promosi, sosialisasi, dan kualitas pelayanan agar mampu menarik lebih banyak masyarakat untuk menyalurkan ZIS melalui lembaga tersebut.

3. Kegunaan Umum

Penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman masyarakat umum tentang pentingnya menyalurkan ZIS melalui BAZNAS. Dengan demikian, masyarakat diharapkan lebih percaya dan berpartisipasi aktif dalam mendukung pengelolaan ZIS yang pada akhirnya dapat membantu pemberdayaan mustahik di Kota Tasikmalaya.