

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital saat ini telah banyak mengubah aspek dalam kehidupan termasuk dalam kegiatan filantropi. Menurut laporan terbaru dari *We Are Social* menunjukkan bahwa pada Januari 2025, jumlah pengguna internet di Indonesia telah meningkat menjadi 212 juta, dengan tingkat akses internet sebesar 74,6% dari total populasi. Hal ini menunjukkan bahwa akses internet di Indonesia telah menjadi lebih luas dan dapat dijangkau oleh banyak orang.¹

Sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia setelah Pakistan,² Indonesia memiliki peluang besar untuk mengembangkan perekonomian berbasis syariah dengan perkembangan teknologi tersebut. Salah satu cara untuk mendukung hal ini adalah melalui pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS) secara online melalui platform digital. Platform digital kini mulai digunakan secara luas untuk mempermudah pengumpulan zakat, infak dan sedekah. Pemanfaatan platform digital ini diharapkan dapat mengatasi berbagai keterbatasan yang ada dalam metode pengumpulan secara tradisional.³

¹ <https://wearesocial.com/id/>

² Agus Yusuf Ahmadi dan Sutrisno, “Zakat Solusi Kesenjangan Ekonomi Di Indonesia,” JOEL: Journal of Educational and Language Research Vol 1 No 7 Tahun 2022, hlm. 917-26.

³ Maharrani Wulansari Akbarillah, “Analisis Efektivitas Platform Digital Untuk Pengumpulan Zakat dan Infak Perspektif Syariah dan Ekonomi”, Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah Vol. 10 No. 3 Tahun 2025, hlm. 1604

Salah satu platform digital yang relevan dengan penelitian ini adalah platform Kitabisa. Aplikasi Kitabisa paling sering digunakan sehingga masyarakat senang melakukan penggalangan dana dan donasi melalui platform tersebut, terbukti jumlah pengikut instagram @kitabisacom yang paling banyak dari platform donasi lainnya. Ini membuktikan bahwa Kitabisa sangat terkenal di masyarakat dan diterima dengan baik sebagai platform untuk penggalangan dana dan donasi seperti ZIS. Tujuan pendirian Kitabisa yaitu memudahkan masyarakat melakukan pembayaran ZIS secara online. Instagram @kitabisa.com pengikutnya mencapai 1000.000 (per november tahun 2025) dan total terkumpul donasi paling banyak diantara aplikasi yang lain dalam bidang pengumpulan donasi ZIS Kitabisa merupakan salah satu platform yang sudah terdaftar dengan nomor 002/10.2031.74.05.1002/-1.848/2017.⁴

Informasi yang didapatkan dari website Kitabisa bahwa data terakhir pada tahun 2024, yayasan Kitabisa membayar Rp830 miliar donasi dari 8 juta donatur dan 400 mitra. Dampaknya mencakup kurang lebih 59.000 pohon ditanam, 3.600ton sampah dikelola, bantuan akses air bersih, layanan medis, dan pendidikan, serta beragam program lainnya. Kitabisa juga memperkuat tatakelola organisasi berbasis transparansi, perlindungan data, dan akuntabilitas.⁵

⁴Ati Nadia Ilma dan Makhrus, “Penggalangan Sedekah dalam Sistem Crowdfunding Pada Aplikasi Kitabisa.com”, *Journal of Philanthropy and Islamic Economics* Vol. 1 No. 1 Tahun 2024, hlm. 50

⁵ <https://kitabisa.com/> diakses 11 November 2025 Pukul 16:38

Apabila dikaitkan dengan kelompok usia dan kecenderungan untuk membayar zakat, infak dan sedekah, generasi muda memegang potensi paling besar dalam meningkatkan realisasi pengumpulan ZIS. Terlebih lagi, generasi Z dikenal memiliki tingkat kesadaran sosial yang tinggi dan memberikan perhatian lebih pada dampak sosial dari setiap tindakan yang mereka lakukan terhadap masyarakat. Eksistensi generasi Z juga membuka peluang yang signifikan dalam upaya pengumpulan zakat, infak dan sedekah.

Penelitian ini merujuk pada kelompok Generasi Z, dimana menurut Direktorat Jenderal Kekayaan Negara, Generasi Z merupakan kelompok individu yang lahir antara 1997 hingga 2012.⁶ Generasi Z dikenal sebagai kelompok yang tumbuh dewasa di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital, termasuk internet, media sosial dan perangkat mobile.⁷ Ditambah pada dasarnya Generasi Z menyukai kemudahan yang menguntungkan, yang mana salah satu kemudahan yang diberikan dalam perkembangan teknologi adalah kemudahan dalam melakukan transaksi secara online.⁸ Disisi lain terdapat permasalahan ketika platform Kitabisa dengan jumlah pengguna terbanyak, dengan pencapaian target pengumpulan donasi yang

⁶ Rahmad Basuki, “Generasi “Milenial” dan Generasi “Kolonial”. djkn.kemenkeu.go.id, 2021.

⁷ Rani Apsari Utamanyu dan Rini Darmastuti, “*Budaya Belanja Online Generasi Z dan Generasi Milenial Di Jawa Tengah (Studi Kasus Produk Kecantikan di Online Shop Beauty By Asame)*”, Jurnal Scriptura, Vol 12 No.1 Tahun 2022.

⁸ Ahnaf Faiz Pratama dan Didit Purnomo, “*Fenomena Penggunaan Sistem Pembayaran E-Wallet Pada Generasi Milenial dan Generasi Z*”, Jurnal Ekonomi Pembangunan Vol. 5 No.2 Tahun 2023

diselenggarakan per 22 Oktober 2023 yang terkumpul hanya 5,94% *campaign* yang berhasil memenuhi target pengumpulannya dan sisanya sebesar 94,06% *campaign* belum cukup untuk memenuhi target pengumpulan donasi. Hal ini mengindikasikan bahwa pengumpulan donasi secara online belum cukup optimal dalam memenuhi target pengumpulannya.⁹

Tabel 1. 1 Daftar Penghimpunan Dana Program di Platform Kitabisa

No	Program	Realisasi Perolehan (Rp)	Target Perolehan (Rp)
1.	Berbagi Kado Ramadhan: Belanja Bareng Yatim	52.901.475	100.000.000
2.	Ramadhan Berbagi: Paket Sembako untuk Mustahik	82.876.000	100.000.000
3.	Sedekah 5.000 Quran untuk Santri dan Yatim Pelosok	59.591.000	100.000.000
4.	Zakat Ramadan: Sempurnakan ibadah, Luaskan Manfaat	117.848.147	500.000.000
5.	Tunaikan Zakat Maal, Sucikan Diri dan Harta	69.124.703	250.000.000
6.	Zakatmu Berikan Kebutuhan Pangan Santri Pelosok	38.133.700	80.000.000
7.	Sedekah Makanan Berbuka untuk Warga Dhuafa	11.884.372	50.000.000
8.	Sedekah Jaariyah untuk Air di Tanah Kekeringan	92.525.560	116.650.000
9.	Bakti Sosial Ramadhan Berkah	88.000	3.700.000
10.	Santunan Pangan Untuk 50 Santri Yatim Dhuafa	1.027.000	5.500.000

⁹Santu Putri Fri Nantiah, dkk., “Mengukur Keputusan Berdonasi Online Masyarakat Jabodetabek”, Republika.id, 2024.

Berdasarkan penelitian terdahulu menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Minat Masyarakat, Transparansi dan Platform digital terhadap Kewajiban Zakat, Infak Dan Sedekah secara simultan.¹⁰ Berdasarkan penelitian lain menunjukkan bahwa Akuntabilitas, Brand Image berpengaruh positif signifikan Terhadap Keputusan Donasi Online pada Kitabisa.com di DKI Jakarta. Hal ini karena semakin transparan dan bertanggung jawab kitabisa.com, dan citra merek Kitabisa.com yang sudah terkenal membuat semakin besar keputusan masyarakat untuk berdonasi.¹¹

Penelitian lain menunjukkan bahwa *Social Narratives*, menunjukkan bahwa narasi kampanye yang mengandung kata sosial berpengaruh negatif signifikan terhadap kesuksesan crowdfunding yang dilihat dari jumlah transaksi, rasio dana yang terkumpul dan jumlah dana yang terkumpul pada periode kampanye yang ditentukan.¹²

Namun, penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada aspek literasi keuangan secara umum dan pengaruhnya terhadap perilaku keuangan masyarakat, sedangkan studi tentang pengaruh literasi keuangan, akuntabilitas dan *social narratives* terhadap minat membayar ZIS melalui

¹⁰ Maman Suryaman, Mohammad Anton Athoillah, dkk., “Pengaruh Minat Masyarakat, Transparansi dan Platform Digital Terhadap Kewajiban Ziswaf di Jawa Barat”. EKSISBANK (Ekonomi Syariah dan Bisnis Perbankan) Vol 7 No 2 Tahun 2023, hlm. 253-269

¹¹ Ihsan Rizki Mansis dan Lili Puspitasari, “Pengaruh Akuntabilitas, Electronic Word of Mouth, Brand Image, Perencanaan Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Donasi Online pada Kitabisa.com di DKI Jakarta”, El-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam Vol. 12, No. 2 Tahun 2024

¹² Habibah Moslem, “Efek Narasi Sosial, Interaksi dan Pengalaman Terhadap Kesuksesan Crowdfunding (Studi Empiris Kitabisa.com)” Tahun 2024

platform Kitabisa masih sangat terbatas, terlebih di wilayah yang dikenal religius seperti Kota Tasikmalaya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh literasi keuangan, akuntabilitas, dan social narratives terhadap minat membayar ZIS melalui platform Kitabisa (Studi pada Generasi Z Kota Tasikmalaya).

Informasi mengenai platform tersebut umumnya diperoleh melalui media sosial maupun berbagai kampanye digital yang beredar di internet.¹³ Studi pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti kepada 30 responden dari kalangan Generasi Z menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah mengetahui keberadaan platform donasi digital seperti Kitabisa, berdasarkan hal tersebut, sebagian responden menyatakan belum pernah menggunakan platform tersebut untuk membayar Zakat, Infak, dan Sedekah, namun mereka memiliki minat untuk menggunakannya dimasa mendatang. Sementara itu sebagian responden lainnya menyatakan pernah menggunakan platform Kitabisa untuk berdonasi.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa, meskipun tingkat pengetahuan generasi Z terhadap platform donasi digital cukup baik dan terdapat minat untuk menggunakannya, tidak semua responden telah memanfaatkan platform tersebut secara langsung. Kondisi ini mengindikasikan adanya faktor-faktor yang memengaruhi minat generasi Z dalam membayar ZIS melalui platform Kitabisa. Oleh karena itu, penelitian

¹³ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2023). Laporan Survei Internet APJII 2023. Jakarta: APJII

ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, akuntabilitas, dan *social narratives* terhadap minat Generasi Z dalam membayar ZIS melalui platform Kitabisa.

Pemilihan Generasi Z sebagai responden dalam penelitian ini didasarkan pada karakteristik bahwa generasi tersebut merupakan generasi yang akrab dengan teknologi, internet, serta berbagai platform digital yang digunakan dalam aktivitas sehari-hari. Kemudahan akses informasi melalui media sosial dan internet juga membuat generasi Z lebih cepat mengetahui berbagai kampanye sosial dan kegiatan filantropi yang disebarluaskan secara online, termasuk melalui platform donasi digital seperti Kitabisa. Selain itu, generasi Z juga dikenal memiliki kepedulian yang cukup tinggi terhadap berbagai isu kemanusiaan yang disebarluaskan melalui media digital.¹⁴ Hal ini menjadikan generasi Z sebagai kelompok yang potensial dalam kegiatan filantropi digital, termasuk dalam membayar ZIS melalui platform online. Oleh karena itu, Generasi Z dipilih sebagai responden dalam penelitian ini.

Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2025 yang diterbitkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia mencapai 66,46% dan indeks inklusi keuangan 80,51%. Survei tersebut juga menilai aspek keuangan syariah, dimana diperoleh hasil bahwa indeks literasi keuangan syariah hanya sebesar 39,11%. Temuan ini menunjukkan bahwa pemahaman dan

¹⁴ Deloitte. (2022). The Deloitte Global Gen Z and Millennial Survey

keterlibatan masyarakat terhadap literasi keuangan syariah masih relatif rendah.¹⁵

Fenomena rendahnya tingkat keberhasilan pengumpulan dana ZIS pada platform donasi digital seperti Kitabisa menunjukkan bahwa potensi besar digitalisasi filantropi di Indonesia belum sepenuhnya optimal. Kondisi ini mendandakan bahwa pengumpulan donasi secara daring belum cukup efektif dalam menarik minat Generasi Z untuk membayar ZIS melalui platform tersebut. Salah satu faktor yang dapat memengaruhi rendahnya minat tersebut adalah tingkat literasi keuangan. Seseorang yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik akan lebih memahami manfaat sosial dari membayar ZIS serta lebih mampu menilai transparansi platform tersebut sebagai media penyaluran dana. Sebaliknya, individu dengan literasi keuangan yang rendah cenderung kurang berani dalam melakukan transaksi keuangan secara daring, termasuk membayar ZIS melalui platform digital.¹⁶

Selain faktor literasi keuangan, akuntabilitas juga menjadi salah satu faktor yang sangat penting yang dapat memengaruhi minat Generasi Z dalam membayar ZIS melalui platform Kitabisa. Akuntabilitas disini mengacu pada sejauh mana lembaga pengelola dana mampu memberikan pertanggungjawaban yang jelas, transparan, dan dapat dipercaya atas dana

¹⁵ OJK, Infografis Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2025, ojk.go.id

¹⁶ *ibid*

yang diterima dan disalurkan kepada penerima manfaat. Aspek akuntabilitas ini menjadi suatu hal yang krusial bagi Generasi Z dalam minat membayar ZIS digital. Hal ini didukung dari penelitian yang dilakukan Kabib, dkk bahwa faktor akuntabilitas merupakan sikap tanggungjawab lembaga dalam memenuhi kewajiban kepada donatur dalam upaya meningkatkan kepercayaan donatur terhadap platform digital akan meningkat secara signifikan ketika lembaga pengelola tersebut memiliki akuntabilitas yang tinggi melalui transparansi laporan, transparansi dana, dan komunikasi yang baik dengan donatur.¹⁷

Faktor ketiga yaitu *social narratives*. *Social narratives* merupakan kegiatan kampanye yang di unggah oleh platform Kitabisa dalam upaya mengumpulkan donasi dan program kemanusiaan lainnya. Kampanye tersebut menampilkan judul, gambar dan deskripsi program dan pengingat melakukan donasi, penggalangan dana serta akumulasi donasi yang terkumpul. Dalam hal ini, setiap kampanye yang di tampilkan untuk program donasi disebut dengan *social narratives*. Narasi sosial merupakan suatu cerita yang direpresentasikan secara visual dan menggambarkan situasi sosial. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rama mengungkapkan bahwa *social narratives* dan aspek linguistik lainnya berperan dalam memenuhi keputusan dan minat donatur dalam mendukung

¹⁷ Nur Kabib, dkk., “Pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di Baznas Sragen”, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol. 7 No. 1, Tahun 2021

suatu kampanye.¹⁸ Namun masih sedikit penelitian bagaimana social narratives berpengaruh terhadap kegiatan membayar ZIS secara digital, terutama di Kota Tasikmalaya.

Meskipun platform Kitabisa merupakan salah satu platform donasi digital paling populer di Indonesia dengan jumlah pengguna dan tingkat eksposur yang tinggi, fakta dilapangan menunjukkan bahwa tingkat keberhasilan campaign penggalangan dana, termasuk ZIS, masih relatif rendah dan belum sebanding dengan potensi yang dimiliki. Kondisi ini menjadi bertolak belakang ketika dikaitkan dengan karakteristik Generasi Z yang dikenal dengan religius, memiliki kesadaran sosial yang tinggi, serta merupakan digital native yang akrab dengan teknologi dan transaksi daring. Oleh karena itu, diperlukan kajian empiris yang secara khusus meneliti pengaruh literasi keuangan, akuntabilitas dan social narratives terhadap minat Generasi Z dalam membayar ZIS melalui platform Kitabisa, khususnya di Kota Tasikmalaya.

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul penelitian **“Pengaruh Literasi Keuangan, Akuntabilitas, dan *Social Narratives* terhadap minat membayar ZIS melalui platform Kitabisa (Studi pada Generasi Z Kota Tasikmalaya)”**

¹⁸ Ali rama, dkk. “*Religious and social narratives and crowdfunding success*”, Journal of international financial markets, institutions & money. Tahun 2022

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar ZIS melalui platform Kitabisa pada Generasi Z di Kota Tasikmalaya?
2. Apakah akuntabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar ZIS melalui platform Kitabisa pada Generasi Z di Kota Tasikmalaya?
3. Apakah social narratives berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar ZIS melalui platform Kitabisa pada Generasi Z di Kota Tasikmalaya?
4. Apakah literasi keuangan, akuntabilitas, dan *social narratives* berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap minat membayar ZIS melalui platform Kitabisa pada Generasi Z di Kota Tasikmalaya?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap minat membayar ZIS melalui platform Kitabisa pada Generasi Z di Kota Tasikmalaya.
2. Mengetahui pengaruh akuntabilitas terhadap minat membayar ZIS melalui platform Kitabisa pada Generasi Z di Kota Tasikmalaya.

3. Mengetahui pengaruh *social narratives* terhadap minat membayar ZIS melalui platform Kitabisa pada Generasi Z di Kota Tasikmalaya.
4. Mengetahui pengaruh literasi keuangan, akuntabilitas dan *social narratives* terhadap minat membayar ZIS melalui platform Kitabisa pada Generasi Z di Kota Tasikmalaya.

D. Kegunaan Penelitian

1. Bagi praktisi

Diharapkan bahwa penelitian ini dapat menjadi referensi untuk evaluasi bagi Kitabisa, serta memberikan wawasan untuk mengembangkan strategi yang lebih efektif dan efisien dalam meningkatkan partisipasi donatur, khususnya dari kalangan Generasi Z dalam membayar ZIS melalui platform Kitabisa.

2. Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman di bidang ZIS, memperluas wawasan tentang literasi keuangan, akuntabilitas dan *social narratives*, serta dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya. Terutama mengenai variabel literasi keuangan, akuntabilitas, *social narratives* dan minat membayar ZIS melalui platform Kitabisa.

3. Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi masyarakat luas untuk menambah wawasan serta motivasi masyarakat supaya bisa

menyadarkan dalam membayar ZIS dalam memanfaatkan platform digital dalam menunaikan kewajiban tersebut.