

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era digital saat ini, pola pikir dan perilaku masyarakat semakin bergeser menuju gaya hidup berbasis digital, baik dalam aktivitas sehari-hari maupun transaksi yang dilakukan. Perkembangan teknologi turut membawa transformasi dalam pengelolaan zakat. Pemanfaatan teknologi digital kini mencakup proses penghimpunan dan penyaluran zakat, pengelolaannya, hingga menjadi media edukasi bagi masyarakat. Dalam hal penghimpunan, umumnya tersedia tiga jenis platform untuk menggalang dana (ZIS) zakat, infak, dan sedekah.

Salah satunya adalah *internal platform*, yakni platform yang dikembangkan secara mandiri oleh Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) dalam bentuk situs web atau aplikasi. Sebagai contoh, Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) menyediakan fitur pembayaran zakat melalui situs resminya dan aplikasi Muzakki Corner. Kedua, *external platform*, merupakan platform yang disediakan mitra OPZ untuk menghimpun dana ZIS. Ketiga, *social media platform* yang merupakan platform penghimpunan ZIS melalui media sosial (Jamaludin & Aminah, 2021). *Era society 5.0*. merupakan masa manusia dapat memanfaatkan ilmu Pengetahuan dan Teknologi menghasilkan inovasi yang dapat menangani berbagai permasalahan masyarakat (Ahmadi & Ibda, 2020).

Masyarakat 5.0 (*Society 5.0*) berkembang sejalan dengan Industry 4.0 hingga tingkat tertentu, di mana Industry 4.0 lebih menitikberatkan atau lebih berfokus pada aspek produksi. Sedangkan pada era Society 5.0, manusia ditempatkan sebagai fokus utama inovasi. Era ini memanfaatkan hasil dan dampak teknologi Industry 4.0 dengan mengintegrasikan teknologi secara mendalam untuk meningkatkan kualitas hidup, memperkuat tanggung jawab sosial, serta mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi masyarakat (Jamun, 2018).

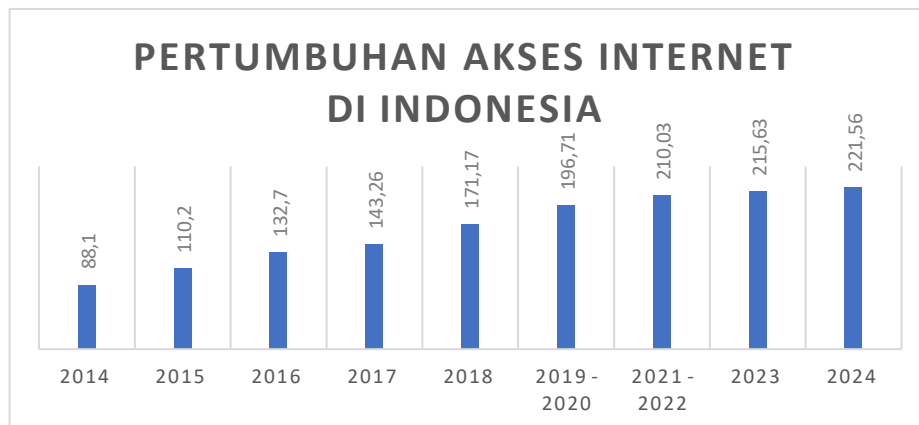
Kemajuan teknologi saat ini telah melahirkan berbagai tren baru dalam kehidupan masyarakat. Tidak hanya dimanfaatkan untuk berkomunikasi, teknologi juga digunakan dalam berbelanja, berdiskusi, hingga bertukar informasi. Internet kini menjadi sarana utama yang memudahkan manusia memperoleh informasi terkini dari berbagai belahan dunia. Perkembangan teknologi dan informasi yang pesat secara tidak langsung menimbulkan perubahan serta dampak signifikan dalam berbagai aspek kehidupan. Dari sisi sosial, kemajuan ini turut mengubah pola interaksi manusia menjadi lebih praktis dan efisien. Fenomena perubahan besar akibat inovasi teknologi ini dikenal sebagai disrupsi teknologi. (Syafirah, 2020).

Seiring kemajuan zaman dan teknologi, proses berbagi Ziswaf kini menjadi jauh lebih mudah. Perkembangan teknologi dan inovasi telah membawa perubahan signifikan serta membuka wawasan baru mengenai eksistensi manusia, terutama dalam bidang inovasi data. Melalui industri inovasi data, kemampuan manusia dalam mempertahankan kehidupan dan menjalankan

berbagai aktivitas dapat terus ditingkatkan (Abu et al., 2007). Perkembangan terbaru dalam industri digitalisasi, khususnya pada inovasi data, telah mengubah pola pikir dan gaya hidup individu menjadi lebih rentan serta kurang siap menghadapi perubahan, sehingga menciptakan bentuk baru hubungan antara pelaku keuangan yang semakin kreatif, dinamis, dan bermanfaat. Kemajuan pesat di bidang teknologi informasi juga mendorong kita untuk lebih terbiasa melakukan transaksi keuangan secara digital (*Financial Technology/Fintech*), termasuk dalam hal pembayaran (Sartika, 2022).

Menurut Asep Yusup, dalam penelitiannya mengatakan Berbagai permasalahan yang ada di masyarakat diantaranya adalah kesenjangan sosial. Hal ini merupakan perbedaan jarak ekonomi antara kalangan atas, menengah dan bawah. Jika melihat latar belakang dari masyarakat Indonesia yang mayoritas memeluk agama Islam dan memiliki kewajiban moral dalam membayar zakat, infaq, dan shadaqah selanjutnya disingkat (ZIS). Hal tersebut merupakan salahsatu solusi yang ditawarkan kepada Masyarakat untuk menghilangkan kesenjangan social. Kesadaran umat muslim dalam melakukan ZIS didasari dengan tingkat pengetahuan mengenai literasi keuangan dalam topik ZIS yang selanjutnya dapat di Implementasikan di kehidupan sehari-hari (Sidiq, 2023).

Dalam sepuluh tahun terakhir, akses internet di Indonesia meningkat secara signifikan, menandakan bertambahnya jumlah masyarakat yang terhubung secara online. Pada tahun 2024, lebih dari 221 juta warga Indonesia telah mengakses internet, yang setara dengan sekitar 79,5% dari total penduduk negara ini

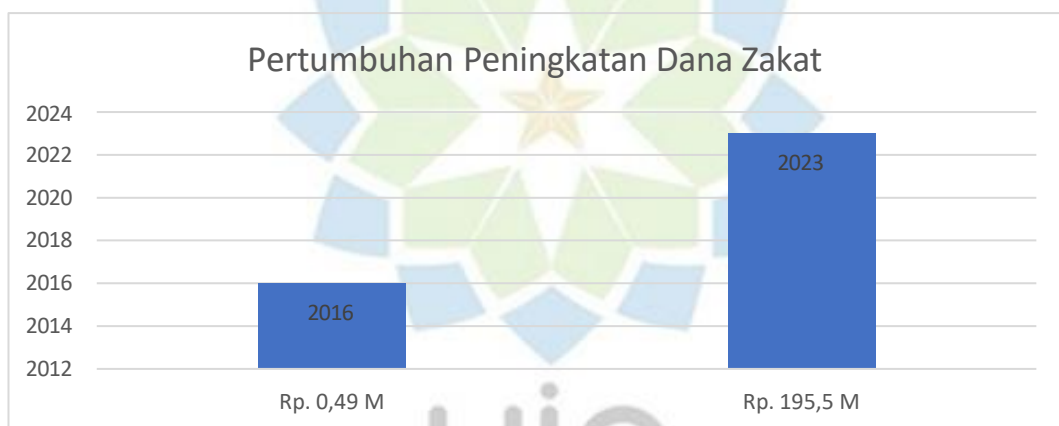


Gambar 1. 1 Pertumbuhan Pesat Akses Internet di Indonesia

Jumlah pengguna internet di Indonesia terus bertambah setiap tahunnya. Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa pada tahun 2024, pengguna internet mencapai 221,56 juta orang. Sebelumnya, pada tahun 2022-2023, jumlah ini tercatat sebanyak 215,63 juta, mengalami kenaikan sebesar 2,67% dibandingkan periode 2021-2022 yang berjumlah 210,03 juta pengguna.

Lalu pada tahun 2019, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 196,71 juta, menunjukkan peningkatan yang konsisten dari tahun-tahun sebelumnya. Pada 2018, pengguna tercatat sebanyak 171,17 juta, sementara pada 2017 berjumlah 143,26 juta. Jika ditelusuri lebih jauh ke belakang, pada 2016 pengguna internet mencapai 132,7 juta, dan pada 2015 sebanyak 110,2 juta orang. Pada tahun 2014, angka tersebut masih di sekitar 88,1 juta pengguna. Pertumbuhan signifikan ini mencerminkan peran penting internet dalam kehidupan masyarakat Indonesia, baik untuk kebutuhan harian maupun perkembangan di berbagai sektor (Smartcity, n.d.).

Perubahan yang berlangsung cepat di berbagai bidang kehidupan harus diimbangi dengan kesiapan masyarakat dalam menghadapinya, termasuk jajaran para amil zakat. Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) seperti BAZNAS diharapkan terus berinovasi, terutama dalam upaya penggalangan dana, dengan memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efektivitas penghimpunan zakat, infak, dan sedekah. Deputi BAZNAS, Arifin Purwakananta, menyatakan bahwa perilaku para muzaki di Indonesia mulai berubah, dengan semakin banyaknya pembayaran zakat yang dilakukan secara online (Ardiansyah, 2021).



Gambar 1. 2 Pertumbuhan Peningkatan Dana Zakat Melalui Kanal Digital

Sumber: BAZNAS RI

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) terus berupaya memperkuat kontribusinya dalam meningkatkan aksesibilitas dan digitalisasi Islamic Social Finance di Indonesia. Hal tersebut dikemukakan oleh Wakil Ketua BAZNAS RI H. Mokhamad Mahdum, MDEC, AK, CA, CPA, CWM, CGRCOP, GRCE, CHRP, pada kegiatan Talkshow Digitalisasi Keuangan Syariah Kaltim Halal Fest.

Mo Mahdum menambahkan bahwa BAZNAS terus melakukan inovasi digital dalam pengumpulan zakat, termasuk zakat dan kurban online yang dapat diakses melalui berbagai platform. Inovasi ini juga diterapkan dalam pelaporan, penyaluran zakat, serta pengelolaan Nomor Identifikasi Mustahik.

“Khususnya di BAZNAS Pusat, pengumpulan zakat secara digital sudah dimulai sejak tahun 2016 dengan total dana terkumpul sebesar Rp0,49 miliar. Pengumpulan zakat melalui kanal digital menunjukkan pertumbuhan yang sangat baik setiap tahunnya, sehingga pada tahun 2023 BAZNAS Pusat berhasil menghimpun zakat sebesar Rp195,5 miliar melalui media digital," jelasnya.

Mo Mahdum juga mengungkapkan bahwa dari seluruh kanal digital pengumpulan zakat selama tahun 2023, sekitar 53,35% berasal dari muzaki atau munfiq yang menyalurkan dana zakat melalui website resmi BAZNAS Pusat (RI, n.d.).

Pemahaman masyarakat terkait literasi digital dalam layanan zakat, infak, dan sedekah (ZIS) merupakan salah satu faktor yang memengaruhi perilaku mereka dalam melakukan pembayaran ZIS. Pengetahuan sendiri dapat diartikan sebagai hasil dari proses pembelajaran yang menimbulkan perubahan perilaku seseorang, yang terbentuk melalui pengalaman (Siti Sahara, n.d.). Pengetahuan dapat menumbuhkan kesadaran pada diri seseorang sehingga mendorongnya untuk berperilaku selaras dengan pengetahuan yang dimiliki. Perubahan perilaku yang didasari oleh pengetahuan, kesadaran, dan sikap positif

cenderung bersifat berkelanjutan, karena muncul dari kesadaran pribadi, bukan karena adanya paksaan (Notoatmodjo, 2011).

Indikator religiusitas memotivasi setiap individu dalam menjalankan berbagai aktivitasnya sehari-hari. Selain itu, religiusitas turut memengaruhi pemahaman dan sikap seorang Muslim dalam menunaikan zakat. Kepatuhan dalam melaksanakan kewajiban zakat mencerminkan tingkat keimanan seseorang, karena kesungguhan dalam menjalankan perintah agama sangat bergantung pada keyakinan individu terhadap ajaran agamanya (Ardiansyah, 2021). Meskipun pada awalnya agama dan dunia ekonomi dianggap tidak selaras, saat ini agama telah merambah ke berbagai aspek kehidupan sosial, terutama yang berkaitan dengan perilaku konsumen (Priyo Nugroho et al., 2017).

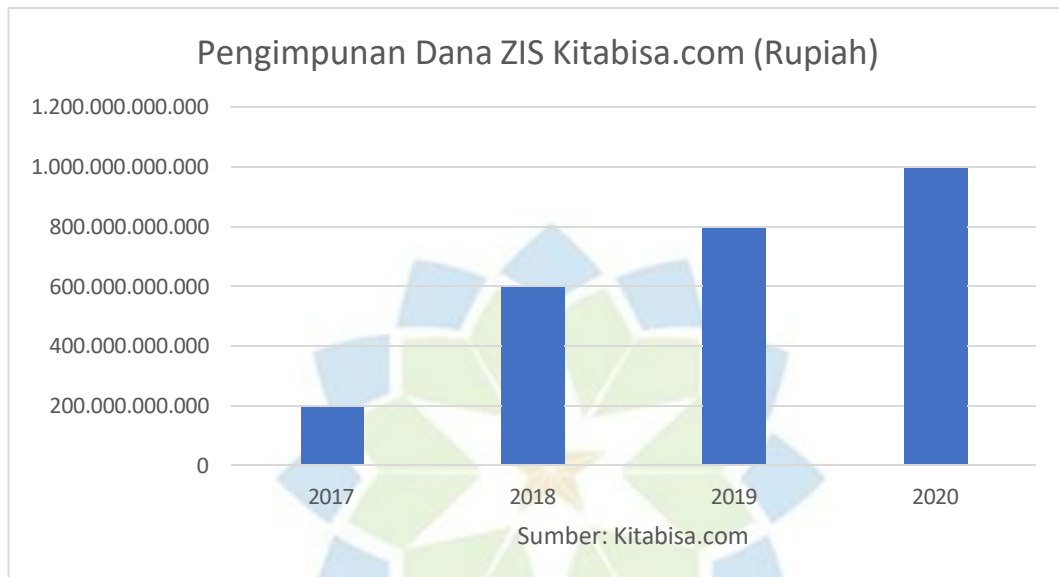
Hasil ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Idris, Kamil, Bidin, Zainol, dan Saad, Ram Al Jaffri dalam studi berjudul *Islamic Religiosity Measurement and Its Relationship with Business Income Zakat Compliance Behavior*, yang mengungkapkan bahwa religiusitas menjadi faktor utama dalam memengaruhi kepatuhan muzakki dalam membayar zakat. Dari sudut pandang kepatuhan, tingkat religiusitas memiliki peran penting, karena individu dengan religiusitas tinggi umumnya lebih taat menunaikan zakat dibandingkan mereka yang religiusitasnya rendah. Selain itu, religiusitas juga mendorong seseorang untuk berbuat kebaikan (Kamil Md. Idris, Zainol Bidin, n.d.).

Religiusitas dalam konteks ini mencakup keyakinan, pengalaman atau praktik, penghayatan, pengetahuan, serta konsekuensi yang mendorong individu untuk berperilaku tertentu. Sejalan dengan hal tersebut, data BAZNAS menunjukkan bahwa Kota Sukabumi menjadi salah satu daerah yang mengalami peningkatan signifikan dalam penghimpunan dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS).

Berdasarkan data digital di Indonesia, peluang untuk mentransformasi transaksi ZIS ke sistem daring semakin terbuka luas dan memberikan manfaat tersendiri bagi para muzakki. Digitalisasi pembayaran ZIS memungkinkan muzakki menunaikan kewajibannya tanpa harus mendatangi langsung Badan Amil Zakat Nasional, lembaga zakat, masjid, panti asuhan, atau instansi terkait lainnya. Kemudahan akses serta efisiensi waktu ini menjadi solusi bagi masyarakat dengan keterbatasan waktu, sekaligus berpotensi meningkatkan perolehan dana ZIS secara signifikan. Data juga mengungkapkan bahwa Generasi Z dan Milenial menjadi pangsa pasar yang besar dalam perekonomian digital, khususnya di sektor teknologi finansial, sebagaimana diungkapkan oleh Direktur Pengembangan Perbankan Indonesia (T. M. Putri & Herman, 2022).

Penelitian yang dilakukan oleh Hidayat dan Mukhlisin menunjukkan bahwa penggunaan sistem digital dalam pembayaran zakat berdampak pada peningkatan penghimpunan zakat. Optimalisasi penghimpunan dana melalui *e-payment* terbukti dapat dilakukan, sekaligus meningkatkan transparansi dalam pendistribusian dana ZISWAF kepada Badan Wakaf Indonesia (Hidayat, 2020). Salah satu contoh platform digital di Indonesia yang mengelola

pengumpulan dana sosial, termasuk ZIS dan donasi lainnya, adalah Kitabisa.com. Platform ini menunjukkan tren pertumbuhan yang positif secara signifikan. Hal ini sebagaimana yang tertera pada grafik berikut ini :



Gambar 1. 3 Penghimpunan Dana ZIS melalui laman web Kitabisa.com

Digitalisasi pembayaran ZIS yang melibatkan penghimpunan dana dalam skala besar tentu harus mengikuti regulasi yang ditetapkan pemerintah. Setiap aktivitas pembiayaan, penyaluran, maupun pengumpulan dana wajib memperoleh izin dari lembaga pengawas tertinggi di sektor ini, yaitu Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Aturan tersebut tercantum dalam Peraturan OJK Nomor 13/POJK.02/2018 tentang Inovasi Keuangan Digital di Sektor Jasa Keuangan, yang menyebutkan bahwa kategori “pendukung keuangan digital lainnya” mencakup *social/eco-crowdfunding*, *Islamic digital financing*, *e-waqf*, *e-zakah*, *robo-advisory*, dan credit scoring. Berbagai jenis platform yang diuraikan oleh OJK ini pada praktiknya telah cukup familiar di kalangan Masyarakat

Contoh dari social-crowdfunding layaknya kitabisa.com, dompetdhuafa, rumahzakat dan lainnya yang digunakan sebagai penghimpunan dana dalam kegiatan sosial bukan untuk mencari keuntungan. Sedangkan *e-waqf*, *e-zakat*, atau *islamic digital financing* beberapa contohnya ialah mobile-banking, internet-banking dan lainnya.

Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kota Sukabumi, Jawa Barat, berhasil melampaui target pengumpulan zakat dan infak pada 2022 Pengumpulan zakat tumbuh sekitar 27 persen.

Tabel 1. 1 Data Penghimpunan Dana Zakat, Infaq, Shadaqah Tahun 2020 di Kota Sukabumi

Penghimpunan Zakat Kota Sukabumi	Total
Zakat Mal	Rp. 3.326.509.271
Zakat Fitrah	Rp. 2.602.362.300
Infaq/Sedekah	Rp. 991.247.117

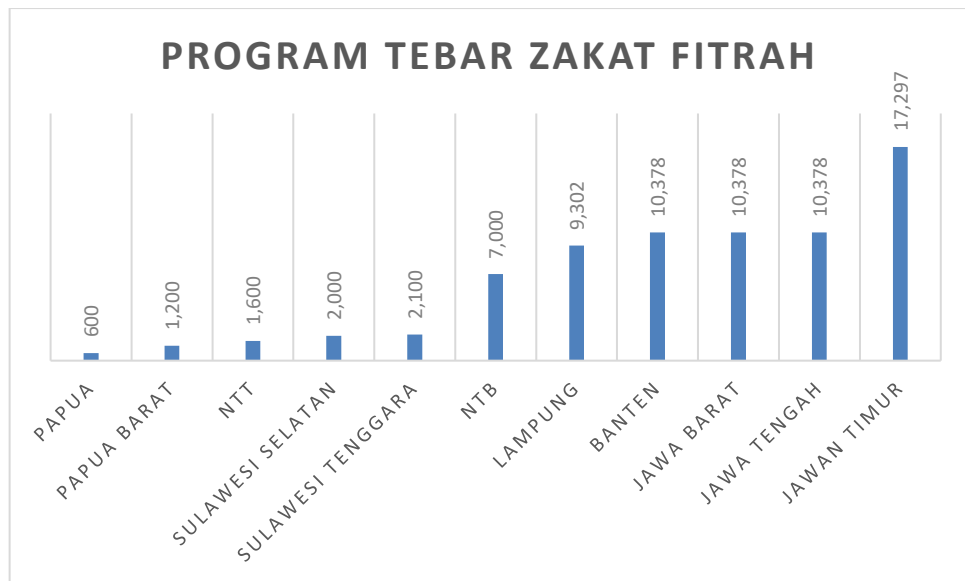
Di mana sebelumnya terkumpul sekitar Rp 5,5 miliar dan pada 2022 ditargetkan sekitar Rp 6,6 miliar. Adapun realisasinya mencapai sekitar Rp 6,9 miliar. Meskipun bisa melebihi target, Miftah mengatakan, potensi zakat di Kota Sukabumi masih besar, diperkirakan mencapai sekitar Rp 46 millar per tahun. Karena itu, ia berharap pengumpulan zakat, juga infak, bisa dioptimalkan. Seperti melalui pembinaan dan bimbingan teknis Unit Pengumpul Zakat (UPZ) di masjid-masjid dan perangkat daerah. Baznas juga melakukan kegiatan edukasi rutin atau duta zakat, serta membuat aplikasi zakat Kota Sukabumi.

Peningkatan minat masyarakat khususnya di kalangan milenial dan Gen-Z terhadap transaksi ZIS melalui *Platform Digital* seperti Dompot Dhuafa, BAZNAZ, Rumah Zakat, dan Platform lainya seperti Lazismu, Kitabisa.com, dan beberapa *Platform* lainya. Dompot Dhuafa Menjadi salah satu platform donasi favorit generasi milenial dan Gen Z, terutama karena kemudahan akses digital dan metode pembayaran yang fleksibel (e-wallet dan transfer bank).

Kepercayaan terhadap zakat digital meningkat signifikan, dengan pengguna fitur zakat di aplikasi seperti DANA ini menjadikan peningkatan yang signifikan terhadap tingkat kepercayaan masyarakat meningkat sebesar 225% pada Ramadan 2022 dibandingkan tahun sebelumnya.

Rangga Wiseno, Chief of Product DANA Indonesia, mengungkapkan bahwa peningkatan ini mencerminkan tumbuhnya kepercayaan masyarakat terhadap solusi digital, sejalan dengan visi DANA untuk menjadikan dompet digital sebagai sarana pemenuhan kebutuhan sehari-hari, termasuk di bulan Ramadan.

Sementara itu, Dompot Dhuafa pada program Tebar Zakat Fitrah 1443 H telah menyalurkan bantuan kepada 116.1547 mustahik yang tersebar di berbagai daerah, antara lain :



Gambar 1. 1 Data Mustahik

Lampung sebanyak 9.302 paket, Banten 10.378 paket, Jawa Barat 10.378 paket, Jawa Tengah 10.378 paket, Jawa Timur 17.297 paket, NTB 7.000 paket, Sulawesi Tenggara 2.100 paket, NTT 1.600 paket, Sulawesi Selatan 2.000 paket, Papua Barat 1.200 paket, dan Papua 600 paket.

Melalui berbagai program dan jangkauan distribusi yang semakin luas, penghimpunan dana ZIS terus menunjukkan pertumbuhan positif Masyarakat yang dijadikan sampel adalah Masyarakat yang ada di Kota Sukabumi, Berdasarkan data (*BPS Kota Sukabumi Penduduk Dan Distribusi Penduduk Menurut Kecamatan, 2023-2024, n.d.*) Penduduk Kota Sukabumi terdapat 364.735 penduduk di Kota Sukabumi. Berlandaskan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **"Pengaruh *Religiusitas*, Literasi keuangan, dan Pemahaman Digitalisasi Terhadap Minat ZIS Melalui *Platfom Digital* pada Masyarakat di Kota Sukabumi "**.

B. Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang masalah yang diuraikan diatas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah religiusitas berpengaruh secara parsial terhadap minat ZIS melalui *platfom digital* pada Masyarakat di Kota Sukabumi?
2. Apakah literasi keuangan berpengaruh secara parsial terhadap minat ZIS melalui *platfom digital* pada Masyarakat di Kota Sukabumi?
3. Apakah pemahaman digitalisasi berpengaruh secara parsial terhadap minat ZIS melalui *platfom digital* pada Masyarakat di Kota Sukabumi?
4. Apakah religiusitas, literasi keuangan, dan pemahaman digitalisasi berpengaruh secara simultan terhadap minat ZIS melalui *platfom digital* pada Masyarakat di Kota Sukabumi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan diatas, tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk menguji keterikatan religiusitas secara parsial terhadap minat ZIS melalui *platfom digital* pada Masyarakat di Kota Sukabumi
2. Untuk menguji keterikatan literasi keuangan secara parsial terhadap minat ZIS melalui *platfom digital* pada Masyarakat di Kota Sukabumi
3. Untuk menguji keterikatan pemahaman digitalisasi secara parsial terhadap minat ZIS melalui *platfom digital* pada Masyarakat di Kota Sukabumi
4. Untuk menguji keterikatan religiusitas, literasi keuangan, dan pemahaman digitalisasi secara simultan terhadap minat ZIS melalui *platfom digital* pada Masyarakat di Kota Sukabumi

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan/Instansi

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan/Instansi untuk memahami pentingnya religiusitas, literasi keuangan dan pemahaman digitalisasi dalam memengaruhi minat ZIS secara digital. Dengan pemahaman ini, perusahaan/Instansi dapat mengoptimalkan informasi tersebut untuk menciptakan inovasi-inovasi baru yang membuat masyarakat menjadi lebih tertarik dalam melakukan transaksi ZIS.

2. Bagi akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber wawasan bagi akademisi yang tertarik pada transaksi ZIS melalui *platform digital*, serta dapat memperkaya wawasan dan pengetahuan mengenai transaksi ZIS melalui *platform digital* dalam konteks minat masyarakat, terutama terkait dengan fenomena religiusitas, literasi keuangan, dan pemahaman digitalisasi.

3. Bagi penulis

Menambah keilmuan, wawasan dan pengetahuan bagi penulis dalam transaksi ZIS melalui *platform digital* mengenai pengaruh religiusitas, literasi keuangan dan pemahaman digitalisasi terhadap minat ZIS melalui *platform digital*. Selain dari pada itu, penelitian ini berguna bagi penulis untuk memperoleh gelar strata 1 (S1) pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

4. Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang pentingnya gelombang religiusitas, literasi keuangan, dan pemahaman digitalisasi dalam mempengaruhi minat ZIS melalui *platform digital*. Dengan demikian, para masyarakat/muzaki dapat lebih bijaksana dan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut sebelum melakukan transaksi ZIS produk.

