

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Mengupayakan kemakmuran bagi setiap warga adalah tugas utama setiap pemerintah. Di Indonesia, penciptaan kesejahteraan adalah amanat perjuangan kemerdekaan. Hal ini menjadi prioritas yang tertulis pada Pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945 yang menegaskan bahwa perekonomian Indonesia berdasarkan atas asas kekeluargaan dan ditujukan untuk kemakmuran bersama. Oleh karena itu, pengentasan tingkat kemiskinan dapat menjadi suatu indikator penting dari keberhasilan suatu pemerintah daerah maupun negara.

Angka kemiskinan nasional Maret 2023 yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) berada pada angka 9,36%. Dengan kata lain, terdapat 25,90 juta penduduk Indonesia yang masih berada di bawah garis kemiskinan (Badan Pusat Statistik, 2023). Tingginya tingkat kemiskinan ini menegaskan pentingnya upaya para pemangku kepentingan untuk memiliki strategi yang mendalam untuk mencegah kemiskinan yang terjadi di Indonesia semakin meningkat.

Salah satu cara untuk menekan angka kemiskinan di Indonesia adalah dengan melakukan pemerataan distribusi pendapatan antara kelompok yang mampu dengan kelompok yang kurang mampu. Konsep distribusi pendapatan ini dalam Islam diimplementasikan dalam bentuk zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Setiap unsur ZIS memiliki persamaan dalam perannya untuk memberikan kontribusi yang signifikan dalam pengentasan kemiskinan. ZIS mampu mendorong perekonomian baik jangka

pendek maupun jangka panjang dengan berperan sebagai instrumen pemerataan pendapatan yang dapat mencapai kesejahteraan masyarakat apabila dilaksanakan secara adil, sehingga dapat meminimalkan kemiskinan dan mencapai kemakmuran (Indriati & Fahrullah, 2019).

Zakat merupakan rukun Islam yang ketiga dan merupakan instrumen utama dalam ajaran Islam yang berfungsi sebagai media transfer kekayaan dari orang yang mampu kepada orang yang tidak mampu. Zakat merupakan institusi resmi yang diarahkan untuk menciptakan pemerataan dan keadilan bagi masyarakat sehingga taraf kehidupan masyarakat bisa ditingkatkan. Zakat adalah instrumen ibadah yang memiliki sisi sosial ekonomi yang sangat kuat. Salah satu fungsi zakat adalah sebagai penyeimbang dari sistem perekonomian ribawi. Artinya, upaya memerangi sistem riba tidak akan berjalan dengan baik apabila institusi zakat tidak dapat dioptimalkan (Beik & Arsyianti, 2016).

Infak merupakan harta yang disunahkan untuk dikeluarkan dengan jumlah dan waktu yang tidak ditentukan. Infak hanya berkaitan dengan atau hanya dalam bentuk materi atau kebendaan saja. Menurut definisi syariat, hakikat infak berbeda dengan zakat. Infak tidak mengenal istilah *nishab*. Setiap orang bisa mengeluarkan infak, baik yang berpenghasilan tinggi atau rendah. Infak juga tidak harus diberikan kepada golongan tertentu (*mustahik*) seperti dalam zakat, melainkan kepada siapapun, misalnya orang tua, kerabat, anak yatim, orang miskin, atau orang-orang yang sedang dalam perjalanan. Dari sinilah diketahui bahwa infak merupakan amal sosial sukarela yang dilakukan oleh seseorang dan diberikan kebebasan kepada pemiliknya untuk menentukan jenis dan kadar harta yang ingin ia keluarkan. Hal

ini berbeda dengan zakat yang jenis dan kadarnya ditentukan oleh syariat. Jadi, sifat infak itu lebih umum daripada zakat (Mashur, 2020).

Sedekah adalah pemberian harta kepada orang-orang fakir, orang yang membutuhkan, ataupun pihak-pihak lain yang berhak menerima sedekah tanpa disertai imbalan. Sedekah memiliki bentuk yang lebih luas dibandingkan zakat dan infak. Sedekah tidak hanya dapat berupa harta seperti zakat atau infak, tetapi juga sesuatu yang tidak berbentuk harta seperti ilmu, senyum, membantu kesulitan orang lain dengan ikhlas, serta berbagai kebaikan lainnya. Sedekah itu tidak terbatas pada materi berupa uang, pakaian, dan peralatan lainnya. Hal tersebut diperbolehkan selama berstatus halal dan layak pakai keberadaannya (Zuhaili, 1996).

Peran potensi ZIS terhadap perekonomian dapat dilihat dari perbandingan antara potensi ZIS dengan produk domestik bruto (PDB) dalam kurun waktu tahun 2018-2020. Persentase potensi ZIS terhadap PDB Indonesia dalam kurun waktu tersebut selalu mengalami peningkatan, sehingga apabila potensi ZIS tersebut benar-benar dimaksimalkan dengan baik, maka akan ikut mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia apabila dilihat dari sisi PDB.

Tabel 1. 1 Perbandingan Potensi ZIS dengan PDB Tahun 2018-2020

Tahun	Potensi ZIS (triliun rupiah)	PDB (triliun rupiah)	Persentase
2018	217	14.837,4	1,46%
2019	233,8	15.833,9	1,48%
2020	327,6	15.434,2	2,12%

Sumber: Badan Pusat Statistik, Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan IV, Tahun 2018-2020

Namun, kenyataan menunjukkan bahwa tidak semua potensi ZIS terealisasi sesuai harapan. Riset bersama antara Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dengan

berbagai lembaga menyebutkan bahwa potensi zakat tahun 2020 mencapai 327,6 triliun rupiah, namun realisasinya baru mencapai 71,4 triliun rupiah atau sekitar 21,7%. Dari jumlah tersebut, 61,2 triliun rupiah dana ZIS tidak disalurkan melalui organisasi pengelola zakat (OPZ) resmi dan hanya sejumlah 10,2 triliun rupiah yang dihimpun oleh OPZ resmi (Puskas BAZNAS, 2021).

Tidak optimalnya realisasi dari potensi ZIS di Indonesia dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain: Pertama, ketidaktahuan masyarakat mengenai kewajiban membayar zakat. Ada sebagian masyarakat yang tidak tahu bahwa dia harus membayar zakat yang tidak hanya dilakukan pada bulan Ramadhan, namun sebenarnya ada zakat lainnya yang harus mereka keluarkan. Kedua, ketidakmauan masyarakat menunaikan zakat atau kurangnya kesadaran dalam berzakat. Terdapat sebagian masyarakat yang enggan menunaikan zakat karena perilaku kikirnya, sehingga mereka merasa tidak perlu untuk menunaikan zakat. Ketiga, ketidakpercayaan terhadap badan amil zakat atau lembaga amil zakat, sehingga masyarakat mengeluarkan zakatnya langsung kepada *mustahik*. Selain itu, mereka juga beranggapan bahwa memberikan zakatnya secara langsung kepada *mustahik* lebih *afdhol* daripada harus melalui lembaga pengelola zakat (Yazid, 2017).

Salah satu cara yang dapat dilakukan agar terjadinya pengoptimalan realisasi dari potensi ZIS yang ada di Indonesia adalah dengan meningkatkan minat masyarakat agar melaksanakan pembayaran ZIS mereka pada berbagai lembaga amil zakat (LAZ) resmi yang ada (Canggih, Fikriyah, & Yasin, 2017). Salah satu LAZ yang mempunyai izin dari pemerintah Republik Indonesia adalah LAZ Rumah Zakat Pusat.

Rumah Zakat adalah LAZ nasional milik masyarakat Indonesia yang mengelola zakat, infak, sedekah, serta dana kemanusiaan lainnya melalui serangkaian program pemberdayaan yang terintegrasi di bidang pendidikan, kesehatan, ekonomi, dan lingkungan, untuk mewujudkan kebahagiaan masyarakat yang membutuhkan (Rumah Zakat, 2022). Program pemberdayaan tersebut direalisasikan melalui empat rumpun utama yaitu Senyum Juara (pendidikan), Senyum Sehat (kesehatan), Senyum Mandiri (pemberdayaan ekonomi), serta Senyum Lestari (inisiatif kelestarian lingkungan).

Manajemen pengelolaan ZIS di suatu LAZ sangatlah bergantung dari bagaimana efisiensi dari lembaga tersebut, tak terkecuali di LAZ Rumah Zakat Pusat. Apabila suatu LAZ mengelola dana zakat yang terkumpul dan disalurkan dengan baik, maka LAZ tersebut dapat dinyatakan efisien (Gholiyah, Hasanuddin, & Widiawati, 2023). Sehingga, persepsi masyarakat terhadap LAZ yang dimaksud menjadi baik dan akhirnya meningkatkan minat mereka dalam melakukan pembayaran ZIS pada lembaga tersebut.

Minat membayar merupakan pemusatan perhatian terhadap sesuatu yang disertai dengan perasaan senang yang menimbulkan keinginan sehingga individu ingin memiliki barang tersebut dengan cara membayar atau menukarnya dengan uang (Priansa, 2017). Minat membayar terbagi menjadi empat dimensi, yaitu transaksional (kecenderungan konsumen untuk membayar produk yang dihasilkan perusahaan), referensial (kecenderungan konsumen untuk mereferensikan suatu produk), preferensial (perilaku konsumen yang memiliki preferensi utama terhadap

suatu produk), dan eksploratif (perilaku konsumen yang selalu mencari informasi suatu produk).

Maksud minat membayar dalam penelitian ini adalah kecenderungan hati masyarakat yang tinggi untuk menyalurkan dana ZIS mereka melalui LAZ. Minat masyarakat untuk membayar ZIS pada suatu LAZ dipengaruhi berbagai faktor, di antaranya adalah kepercayaan dan kualitas pelayanan (Awaluddin, Marpaung, & Fatira, 2021).

Kepercayaan merupakan suatu keyakinan konsumen pada kemampuan penjual dalam situasi tertentu, kesanggupan menerima resiko apapun, dan juga kesediaan untuk memberikan informasi mengenai dirinya pada saat bertransaksi (McKnight & Chervany, 2001). Kepercayaan pada dasarnya adalah kemauan suatu pihak untuk mengandalkan pihak lain, yaitu pihak yang mendapat kepercayaan. Kepercayaan juga merupakan sekumpulan keyakinan spesifik terhadap *integrity* (kejujuran pihak yang dipercaya), *benevolence* (perhatian dan motivasi pihak yang dipercaya untuk bertindak sesuai dengan kepentingan pihak yang mempercayai mereka), *competency* (kemauan pihak yang dipercaya untuk melaksanakan kebutuhan yang mempercayai), dan *predictability* (konsistensi perilaku pihak yang dipercaya).

Kepercayaan terhadap LAZ didefinisikan sebagai kemauan masyarakat untuk menggunakan LAZ dalam penyaluran ZIS-nya kepada *mustahik* karena masyarakat yakin lembaga tersebut profesional, amanah, dan transparan. Di samping akan menumbuhkan rasa percaya dari masyarakat, dana ZIS yang terkumpul dan tersalurkan akan semakin meningkat dan optimal dalam pemanfaatannya. Dengan

demikian, masyarakat akan berminat dan berkeinginan untuk membayar ZIS melalui suatu LAZ apabila mereka sudah percaya pada LAZ tersebut.

LAZ sebagai salah satu jenis lembaga filantropi keagamaan tentu memerlukan kepercayaan yang tinggi dari masyarakat agar aktivitas operasionalnya berjalan sesuai dengan yang direncanakan. Apalagi sejak kasus dugaan penyelewengan yang dilakukan oleh lembaga Aksi Cepat Tanggap (ACT) yang menyebabkan terguncangnya sektor lembaga filantropi. Hal ini salah satunya dijelaskan dalam suatu survei yang dilakukan terkait kepercayaan masyarakat terhadap lembaga sejenis ACT. Hasil survei itu menunjukkan bahwa 44,7% responden menyatakan bahwa mereka sudah tidak percaya dengan lembaga seperti ACT yang berbanding dengan 30,1% masyarakat yang masih memiliki kepercayaan terhadap lembaga-lembaga filantropi (Fiqri, 2022). Tentunya, hal ini dapat dijadikan patokan bahwa kepercayaan terhadap suatu lembaga filantropi sangatlah dibutuhkan, salah satunya adalah agar masyarakat berkenan menyalurkan dana filantropi mereka melalui lembaga-lembaga tersebut.

Pengaruh kepercayaan terhadap minat masyarakat membayar ZIS pada suatu LAZ ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yunus (2016) dengan judul “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Religiusitas dan Kontribusi terhadap Minat Pedagang Mengeluarkan Zakat di Baitul Mal (Studi Kasus pada Pedagang Pasar Los Lhokseumawe)” yang menyatakan bahwa ada pengaruh faktor kepercayaan dan kontribusi terhadap proses penentuan minat oleh pedagang dalam mengeluarkan zakat baik pengujian secara parsial maupun simultan, sedangkan

untuk faktor religiusitas mempunyai pengaruh lebih kecil dalam penentuan minat pedagang dalam mengeluarkan zakat di Baitul Mal Lhokseumawe.

Sedangkan kualitas pelayanan merupakan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan ekspektasi konsumen atas pelayanan yang mereka terima. Kepuasan konsumen akan diperoleh jika kualitas pelayanan sesuai dengan harapan mereka (Lupiyoadi, 2001). Berdasarkan pendapat tersebut dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan adalah memberikan kesempurnaan pelayanan untuk tercapainya keinginan atau harapan konsumen. Terdapat lima dimensi pokok dalam kualitas pelayanan, yaitu *tangible* (bukti fisik), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati).

Kualitas pelayanan pada pada LAZ didefinisikan sebagai penilaian masyarakat terhadap kemampuan suatu LAZ dalam memberikan pelayanan yang berkualitas yang telah dijanjikan, apakah sudah memenuhi harapan atau belum. Sehingga, apabila masyarakat menilai bahwa suatu LAZ telah memberikan pelayanan sesuai dengan harapan mereka, tentu minat untuk menyalurkan ZIS mereka akan ikut meningkat.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang amat penting dalam mempengaruhi minat masyarakat untuk membayar ZIS melalui suatu LAZ. Di LAZ Rumah Zakat Pusat, indikator kualitas pelayanan yang diberikan salah satunya dapat dilihat penerimaan dana zakat nontunai yang dilakukan melalui berbagai *platform* yang disediakan. Data menunjukkan bahwa selalu terdapat peningkatan dana zakat nontunai yang diterima oleh LAZ Rumah Zakat Pusat selama kurun

waktu tahun 2019-2021. Hal ini dapat menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang ditawarkan utamanya melalui media daring terus mengalami perbaikan.

Tabel 1. 2 Penerimaan Dana Zakat Nontunai LAZ Rumah Zakat Pusat Tahun 2019-2021

Tahun	Potensi ZIS (rupiah)	Pertumbuhan Dibandingkan Tahun Sebelumnya	
		Jumlah	Persentase
2019	92.441.891	47.422.863	105,34%
2020	608.374.200	515.932.309	558,12%
2021	855.976.550	247.602.350	40,70%

Sumber: Rumah Zakat, Annual Report, Tahun 2019-2021

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat membayar ZIS pada suatu LAZ ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Riswanda (2020) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Lembaga terhadap Kepuasan Muzaki dalam Berinfak di LAZNAS Darut Tauhid (DT) Peduli Cabang Aceh” yang menyatakan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan dan citra lembaga terhadap kepuasan *muzakki* dalam berinfak di DT Peduli cabang Aceh baik pengujian secara parsial maupun simultan.

Dengan demikian, kepercayaan dan kualitas pelayanan merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan minat masyarakat untuk membayar ZIS melalui LAZ, salah satunya adalah LAZ Rumah Zakat Pusat. Kepercayaan yang dimiliki oleh masyarakat akan menumbuhkan ketertarikan masyarakat untuk membayar ZIS di LAZ Rumah Zakat Pusat serta kualitas pelayanan yang lebih baik akan menjadikan LAZ Rumah Zakat Pusat sebagai pilihan utama masyarakat dalam membayar zakat.

Oleh karena itu, berdasarkan uraian di atas, menjadi basis estimasi bagi peneliti agar mengetahui seberapa besar pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan secara masing-masing terhadap minat masyarakat membayar ZIS di LAZ Rumah Zakat Pusat. Selain itu, juga mengetahui besaran persentase pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap minat masyarakat membayar ZIS di LAZ Rumah Zakat Pusat. Sehingga, peneliti memilih judul penelitian sebagai berikut: **“Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat, Infak, dan Sedekah di LAZ Rumah Zakat Pusat”**.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian yang dikemukakan oleh peneliti pada latar belakang, peneliti dapat menetapkan permasalahan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh kepercayaan secara parsial terhadap minat masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah di LAZ Rumah Zakat Pusat?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap minat masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah di LAZ Rumah Zakat Pusat?
3. Seberapa besar pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap minat masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah di LAZ Rumah Zakat Pusat?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah peneliti tetapkan, maka dapat disimpulkan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kepercayaan secara parsial terhadap minat masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah di LAZ Rumah Zakat Pusat.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap minat masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah di LAZ Rumah Zakat Pusat.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap minat masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah di LAZ Rumah Zakat Pusat.

D. Manfaat Penelitian

Ada dua manfaat yang akan diperoleh dari hasil penelitian ini, yaitu:

1. Manfaat Akademis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat berguna bagi tambahan perbendaharaan literatur pada perpustakaan UIN Sunan Gunung Djati Bandung pada umumnya serta untuk para mahasiswa Ekonomi Syariah secara khusus. Selain itu, bisa bermanfaat bagi pihak-pihak lain, terutama sebagai tambahan referensi atau perbandingan bagi penelitian-penelitian sejenis di masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan wawasan dan juga tambahan motivasi bagi para praktisi di bidang pengelolaan ZIS, khususnya di LAZ Rumah Zakat Pusat yang menjadi tempat penelitian ini, sehingga

pengelolaan yang dilakukan dapat dilaksanakan dengan lebih efektif dan efisien melalui peningkatan kepercayaan dan kualitas pelayanan yang dimiliki.

