

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan Ekonomi Islam di Indonesia Mengalami pertumbuhan yang signifikan. Lembaga – lembaga Zakat, Infaq, dan Sedekah (ZISWAF) tumbuh dengan pesat contohnya adalah Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang masing–masing didirikan pemerintah dan swasta, membuat beberapa sektor mengikuti zaman sekarang berupa pelayanan online zakat, infaq, sedekah dan wakaf online berbasis aplikasi media sosial maupun website. Sebagai negara yang mayoritas penduduk beragama Islam, Indonesia memiliki penduduk yang wajib untuk melakukan zakat setiap tahunnya.

Hampir 150 juta atau sebesar 56% dari total populasi di Indonesia telah menggunakan teknologi online untuk sekedar berkomunikasi ataupun melakukan transaksi jual beli atau yang biasa disebut dengan media sosial (riset yang telah dilakukan oleh *Wearesosial Hootsuite*, dirilis pada Januari 2019). Kenyamanan dalam menggunakan teknologi online juga merupakan salah satu faktor yang berpengaruh pada niat membayar dalam pengumpulan zakat, infaq, wakaf dan sedekah melalui layanan online. Sebagian besar masyarakat kini mulai beradaptasi dengan perubahan teknologi, pengembang platform transaksi online juga menyadari elemen kenyamanan dengan menekankan sistem platform online yang ramah kepada pengguna (Thaker, 2019).

Dengan memasuki *industry 4.0* yang dimana semuanya serba online telah mengubah perilaku masyarakat secara drastis untuk mendapatkan segala hal dengan

mudah tanpa harus bersusah payah datang langsung dalam melakukan amal sholeh. Kini, sebagian besar dari instansi lembaga Zakat, Infaq dan Sedekah (ZISWAF) mulai mengoptimalkan pelayanan online, hal tersebut karena dampak perubahan zaman yang telah dirasakan dalam pelaksanaan kegiatan bertransaksi, munculnya pelayanan online juga merupakan hal yang sangat efektif karena para instansi lembaga ZISWAF dapat dengan mudah melakukan strategi pemasaran yang telah dirancang, termasuk komunikasi dalam memasarkan jasa, hingga melakukan *advertising* melalui Aplikasi media sosial maupun *website*. Sehingga dalam proses pemasaran jasa, instansi ZISWAF tetap dalam koridor nilai-nilai Syariat Islam. Dalam pemasaran jasa instansi lembaga ZISWAF meletakkan elemen Tauhid sebagai nomor satu atau tertinggi adalah sesuatu yang dilakukan sebelum mencapai tujuan dari Instansi, dalam pengaplikasiannya elemen tauhid tidak menyalahi prinsip-prinsip Islam yang dipedomani berdasarkan Al-Quran dan Hadits.

Nasabah dari penggunaan pelayanan Online sendiri yang menjadi pertanyaan mereka adalah apakah pelayanan online dalam ber-ZISWAF sudah sesuai dengan Syariat Islam, karena di media sosial sendiri pembayaran zakat melalui Online menjadi perbincangan. Karena ada yang mengatakan bahwa harus pergi ke masjid atau tempat Lembaga Penyalur Zakat, infaq, sedekah dan wakaf jika ingin beramal. tentu saja tidak ada ijab qabul jika dilakukan melalui sistem teknologi digital. Orang yang melakukan amal sholeh tidak bertemu langsung dengan penerima amal tersebut agar mendapat padahal. Meski demikian, beramal secara online hukumnya diperbolehkan. Hal ini berdasarkan pendapat dari Syaikh Yusuf Al-Qardhawi yang menjadi rujukan banyak Lembaga Amil Zakat mengenai pembayaran zakat (www.umma.id/fiqhuzzakat).

Syaikh Yusuf Al-Qardhawi, dalam Fiqhuzzakat berpendapat bahwa :

"Seorang pemberi zakat tidak harus menyatakan secara eksplisit kepada mustahik bahwa dana yang ia berikan adalah zakat. Oleh karena itu, apabila seorang muzakki (pemberi zakat) tanpa menyatakan kepada penerima zakat bahwa uang yang ia serahkan adalah zakat, maka zakatnya tetap sah".

Jika zakat saja diperbolehkan, maka infaq, sedekah, dan wakaf juga diperbolehkan. Hal pertama yang harus diperhatikan dalam memanfaatkan layanan online dari Lembaga Amil Zakat adalah haruslah lembaga yang telah mempunyai izin beroperasi dan diakui oleh Pemerintahan dalam hal tersebut ialah diakui oleh Kementerian Agama atau Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). Izin yang diberikan untuk membentuk LAZ diproses dengan memiliki Persyaratan yang telah ditentukan dalam PP No 14 Tahun 2014 tentang pelaksanaan UU No 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat, infaq, sedekah dan wakaf (Dikutip dari situs Bimas Islam diakses pada: 27/04/2020). Hal yang kedua dalam memanfaatkan layanan online Lembaga Amil Zakat adalah mendalami dan mempelajari layanan Aplikasi ZISWAF agar tidak terjadi *human error* dalam proses memanfaatkannya, beberapa Lembaga Amil Zakat (LAZ) telah menciptakan aplikasi secara mandiri untuk melayani umat Islam yang berkeinginan untuk beramal sholeh secara online. Selain itu, tidak sedikit pengembangan pihak ketiga yang memberikan layanan - layanan pembayaran ZISWAF yang kemudian akan disalurkan kepada Lembaga Amil Zakat swasta maupun milik pemerintah yang resmi. Penyedia Aplikasi yang resmi biasanya mengajak bermitra Lembaga Amil Zakat yang resmi pula untuk bermitra sebagai penyalur ZISWAF (www.kompasiana.com/zakatonline).



Gambar1.1 Contoh aplikasi online Lembaga Amil Zakat
Sumber: website Dompét Dhuafa Surabaya

Dari gambar tersebut diketahui bahwa Lembaga Amil Zakat Dompét Dhuafa Surabaya bermitra dengan kitabisa.com dalam penyaluran dana zakat, infaq, sedekah dan wakaf, tidak juga bermitra dalam melakukan pembayaran zakatnya tetapi juga dalam melakukan Infaq serta Sedekah. Hal yang ketiga dalam memanfaatkan layanan online Lembaga Amil Zakat adalah transparansi yang diberikan dalam penyaluran zakat, infaq, sedekah dan wakaf, selain dua hal diatas transparansi dalam penyaluran zakat, infaq, sedekah dan wakaf harus dipastikan, guna menghindari penipuan zakat online dan menciptakan suasana kenyamanan, aman dan rasa kepercayaan bahwa dana dari Muzakki tersampaikan kepada mustahik, dengan cara meminta bukti penyaluran ZISWAF. Beberapa aplikasi dan website donasi ZISWAF telah memberikan sendiri informasi mengenai manfaat dana yang terkumpul, selain memudahkan

orang yang beramal, membayar ZISWAF secara online juga menjadikan dana itu bisa didistribusikan lebih meluas serta lebih tepat sasaran. Faktor lainnya yang juga mempengaruhi niat memanfaatkan ialah keyakinan, keyakinan memainkan peran penting dalam membentuk sikap, niat, dan perilaku untuk memanfaatkan (Kasri, 2019).

Penelitian ini dilakukan karena mengingat banyak dari masyarakat yang telah memanfaatkan layanan online tetapi, belum memperdalam hal-hal apa yang seharusnya diperhatikan dalam memanfaatkan layanan online yang tepat menurut syariat Islam dengan tidak tahuaanya tersebut mengakibatkan dosa karena menyentuh bidang gharar atau taghrrir yang artinya ketidak jelasan atau keraguan. Di tengah zaman yang serba digital, literasi zakat, infaq, sedekah dan wakaf sangat penting untuk umat muslim. Hal tersebut berdampak positif untuk menghindari keraguan dari umat muslim apakah pelaksanaan secara digital ini sudah sesuai dan diperbolehkan secara hukum serta syariat Islam. Dengan berkembangnya pelayanan Online Zakat, Infaq dan sedekah (ZISWAF), diharapkan pendistribusian menjadi lebih cepat, efisien, sejalan dengan tujuan pemerataan, membuka lapangan kerja, dan mengurangi ketegangan sosial di kalangan masyarakat yang berhak menerima dan serta masyarakat yang ingin bersamalah dimudahkan dalam membayarkan zakat, infaq, sedekah dan wakaf. Dana yang diperoleh dari muzakki oleh pemerintah dapat digunakan untuk memperluas jaringan usaha sehingga membuka kesempatan kerja bagi mustahiq. Selain itu pendayagunaan secara optimal dana yang dimiliki oleh masyarakat dapat dimanfaatkan dalam mendorong pembangunan di Indonesia (Manan, 2009).

Penelitian ini dianggap penting karena konsep pemasaran dengan menggunakan kesesuaian dari hukum syariat Islam sangat cocok diterapkan di negara Indonesia mengingat Indonesia merupakan salah satu negara dengan penduduk yang memeluk agama Islam terbesar mencapai 87,2% atau sebesar 229 juta orang yang beragama muslim (ibtimes.id). Maka dari itu Lembaga Amil Zakat harus memperhatikan bahwa pengguna layanan online dari Lembaga Amil Zakat ialah umat Islam.

Masyarakat Indonesia menggunakan layanan online dari Lembaga Amil Zakat untuk mempermudah melakukan amal sholeh seperti zakat, infaq, sedekah dan wakaf dengan hal demikian Lembaga Amil Zakat perlu untuk memberikan kenyamanan layanan yang harus diaplikasikan ke kanal sosial media ataupun dari website, karena seperti pada riset davis et al. (2019) menyatakan bahwa pengguna yang mendapatkan kenyamanan dari menggunakan sistem aplikasi lebih cenderung untuk membentuk niat memanfaatkan dibandingkan dengan pengguna lain yang tidak mengalami kenyamanan. Jadi semakin tinggi kenyamanan maka semakin tinggi pula niat dalam memanfaatkan layanan online. Mengingat potensi yang ditawarkan oleh layanan online dalam menciptakan peluang bagi Lembaga Amil Zakat maka kepercayaan dari para pengguna haruslah dijaga.

Persepsi memanfaatkan adalah persepsi yang menjelaskan tentang tingkatan sejauh mana pengguna dapat percaya dengan menggunakan teknologi akan memudahkan kinerjanya, membantu menyelesaikan pekerjaan dengan cepat (Dewi 2014). Tujuan peneliti memilih Lembaga Amil Zakat karena tiap tahun umat Islam yang memiliki kondisi berkecukupan akan menunaikan zakat

sebagai kewajibannya dan dalam kondisi ditengah pandemi virus *Covid-19* ini maka inovasi dari Lembaga Amil Zakat berupa layanan online akan menjadi sorotan dan akan sangat bermanfaat untuk mempercepat perputaran roda ekonomi umat Islam saat terjadi pandemi ini. Selain itu, dalam kondisi pandemi ini selain kewajiban menunaikan zakat akan banyak masyarakat yang memanfaatkan layanan online dari Lembaga Amil Zakat untuk melakukan amal sholeh seperti infaq, sedekah dan wakaf, disamping itu penelitian ini memberikan kontribusi bagi Lembaga Amil Zakat untuk membantu memberikan pengetahuan baru bagi masyarakat pengguna jasa Lembaga Amil Zakat untuk lebih optimal dalam memanfaatkan layanan online serta membantu Lembaga Amil Zakat mengembangkan bisnisnya melalui layanan online.

Berdasarkan Latar belakang yang telah dipaparkan, maka penelitian yang diajukan berjudul “Pengaruh *Compatibility according to Islamic law, Trust and Service convenience* terhadap *behavioural intention to utilize* Pelayanan Online Lembaga Amil Zakat(LAZ)”.

1.2 Kesenjangan Penelitian

Dalam penelitian sebelumnya telah membahas bagaimana beberapa faktor kenyamanan mempengaruhi niat menggunakan layanan online, Seperti dalam jurnal Fadli, et al. (2019) yang berjudul “*Ease of use convenience, intention to use mobile payment banking*”. lalu ada juga membahas tentang bagaimana cara untuk mengoptimalkan digitalisasi zakat dalam jurnal yang di tulis oleh Rahmat (2019) yang berjudul “*Strategy for Optimizing Zakat Digitalization in Alleviation Poverty in the Era of Industrial Revolution 4.0*”. Penelitian berjudul “*Antecedents of trust and continuance intention in mobile payment platforms: The moderating effect of*

gender” oleh Zhen Shao, et al. (2019) yang membahas mengenai bagaimana kepercayaan pada *mobile payment* mempengaruhi niat untuk terus menggunakan. Sejauh pengetahuan penulis masih belum ada penelitian yang membahas secara signifikan mengenai *compatibility according to Islamic law* dan *service convenience* mempengaruhi *behavioral intention to utilize* dan *compatibility according to Islamic law* dan *service convenience* mempengaruhi *trust* dalam layanan online. Berdasarkan informasi diatas, urgensi dari pertanyaan dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *Compatibility According to Islamic Law* berpengaruh terhadap *Behavioral intention to utilize*?
2. Apakah *Service convenience* berpengaruh terhadap *Behavioral intention to utilize*?
3. Apakah *Compatibility According to Islamic Law* berpengaruh terhadap *Trust*?
4. Apakah *Service convenience* berpengaruh terhadap *Trust*?
5. Apakah *Trust* berpengaruh terhadap *Behavioral intention to utilize*?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah yang telah dipaparkan, Penulis ingin menyampaikan Tujuan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Apakah *Compatibility According to Islamic Law* berpengaruh terhadap *Behavioral intention to utilize*.

2. Untuk mengetahui Apakah *Service convenience* berpengaruh terhadap *Behavioral intention to utilize*.
3. Untuk mengetahui Apakah *Compatibility According to Islamic Law* berpengaruh terhadap *Trust*.
4. Untuk mengetahui Apakah *Service convenience* berpengaruh terhadap *Trust*.
5. Untuk mengetahui Apakah *Trust* berpengaruh terhadap *Behavioral intention to utilize*.

1.4 Ringkasan Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif, Pendekatan kuantitatif ialah pendekatan yang berpusat pada pembenaran hipotesis penelitian, melalui beberapa pengujian. Pendekatan kuantitatif mengupayakan untuk mengukur variabel-variabel, sehingga lebih mudah untuk dipahami melalui data statistik yang didapatkan oleh peneliti. Menggunakan teknik analisis *Structural Equation Model* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS). Data yang digunakan merupakan data primer yang didapatkan melalui kuisioner yang disebar online. Sementara data sekunder didapatkan dari buku, internet dan jurnal. Populasi dalam penelitian adalah konsumen yang telah memanfaatkan layanan online dari Lembaga Amil Zakat. Sampel diambil menggunakan metode *purposive sampling* pada 100 responden dilakukan secara online.

1.5 Ringkasan hasil penelitian

Dalam penelitian yang telah dilakukan dalam skripsi ” PENGARUH *COMPATIBILITY ACCORDING TO ISLAMIC LAW, TRUST, DAN SERVICE CONVENIENCE* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION TO UTILIZE*

PELAYANAN *ONLINE* LEMBAGA AMIL ZAKAT” mendapatkan hasil bahwa semua hipotesis saling berpengaruh secara signifikan. Melalui hasil pengujian pada hipotesis 1 dilihat dari nilai T- statistic sebesar 3,939 lebih besar dari 1,96, dapat disimpulkan H-1 diterima. Hipotesis 2 dilihat dari nilai T-statistic sebesar 2,377 lebih besar dari 1,96, dapat disimpulkan H-2 diterima. Hipotesis 3 dilihat dari hasil nilai T-statistic sebesar 4,144 lebih dari 1,96, dapat disimpulkan H-3 diterima. Hipotesis 4 dilihat dari nilai T-statistic sebesar 3,222 lebih dari 1,96, dapat ditarik kesimpulan H-4 diterima. Hipotesis 5 dilihat dari nilai T-statistic sebesar 2,796 lebih dari 1,96, dapat ditarik kesimpulan H-5 diterima.

1.6 Kontribusi Riset

Peneliti memiliki maksud agar penelitian ini memberi kontribusi kepada pihak-pihak tertentu. Adapun kontribusi yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih luas dalam kesesuaian dalam Syariat Islam mengenai Pelayanan Online dalam membayar ZISWAF melalui Lembaga Amil Zakat (LAZ).

2. Bagi akademis

Harapan dari peneliti penelitian ini memberikan kontribusi dalam dunia intelektual akademisi, mengenai Pembayaran ZISWAF melalui Pelayanan Online Lembaga Amil Zakat (LAZ). Selain itu penelitian ini menyumbangkan teori dalam bidang manajemen pemasaran syariah mengenai hal-hal yang menimbulkan perbedabatan Pembayaran Zakat secara Online.

3. Bagi Instansi Lembaga Pelayanan Zakat (LAZ)

Bagi instansi penelitian ini diharapkan dapat membantu instansi dalam memberikan jawaban pada rasa keraguan dari pada orang – orang yang akan melakukan amal sholeh melalui layanan online.

1.7 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini dilakukan pembagian dalam lima bab, dimana antara bab satu dengan bab lainnya memiliki keterkaitan. Adapun sistematika penulisan yang benar sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

pendahuluan berisikan latar belakang yang secara garis besar hal-hal yang membahas mengenai pokok permasalahan, rumusan masalah yang menjadi dasar penelitian, tujuan yang akan dicapai dan manfaat yang terdapat pada penelitian ini, serta sistem dari penulisan skripsi.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bagian tinjauan pustaka berisi tentang konsep dan teori yang memiliki hubungan dengan masalah yang dirumuskan yaitu tentang konsep pengertian dari *Compatibility according to Islamic law*, *Trust* dan *Service convenience*. Uraian dari konsep serta teori diperoleh melalui studi kepustakaan dan literasi, jurnal, dan penelitian terdahulu.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bagian metode penelitian menguraikan tentang pendekatan penelitian apa yang akan digunakan penulis, sumber data, analisis, jenis serta batasan yang terdapat dalam penelitian, prosedur cara

pengumpulan data dan teknik analisis yang akan menjawab rumusan masalah.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian dalam bab 4 membahas tentang gambaran dari obyek dan pengaturan penelitian, serta deskripsi hasil dari penelitian yang dilakukan dan interpretasi data penelitian mengenai data dari hasil eksperimen yang dilakukan dan dikaitkan dengan teori yang dijelaskan pada bab Tinjauan Pustaka.

BAB 5 KESIMPULAN

Bagian ini memuat simpulan yang telah disusun dengan cara membandingkan hasil penelitian dengan teori yang berkaitan dengan permasalahan serta memuat saran-saran yang berkaitan dengan penelitian.