

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

The Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC) mengungkapkan bahwa populasi Muslim pada tahun 2021 tercatat mencapai 22% dari total populasi dunia atau sekitar 1,93 miliar yang jumlahnya diperkirakan akan terus bertambah seiring perkembangan zaman. Indonesia tercatat menjadi negara berpenduduk muslim paling besar di Dunia, disusul Pakistan, India, serta negara lainnya (RISSC, 2021).

Diantara kewajiban yang harus dilakukan sebagai umat Muslim adalah menunaikan zakat sebagaimana terdapat pada Al-Qur'an surah At Taubah ayat 103 sebagai berikut:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلَّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Khuz min amwālihīm ṣadaqatan tuṭahhiruhum wa tuzakkīhim bihā wa ṣalli 'alaihim, inna ṣalātaka sakanul lahum, wallāhu samī'un 'alīm

Terjemah Kemenag 2019

Artinya: *Ambillah zakat dari harta mereka (guna) menyucikan dan membersihkan mereka, dan doakanlah mereka karena sesungguhnya doamu adalah ketenteraman bagi mereka. Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.*

Sesuai dengan tafsir Kemenag (*Qur'an Kemenag*, n.d.) ayat diatas menjelaskan bahwa Allah memerintahkan umat Muslim untuk mengeluarkan sedekah atau zakat yang akan membersihkan diri mereka pula dari semua sifat-sifat jelek yang timbul karena harta benda, seperti kikir, tamak, dan sebagainya. Di samping itu, dapat dikatakan bahwa penunaian zakat berarti membersihkan harta benda yang tinggal, sebab pada harta benda seseorang terdapat hak orang lain, yaitu orang-orang yang oleh agama Islam telah ditentukan sebagai orang-orang yang berhak menerima zakat.

Zakat merupakan aspek ketiga dari lima rukun Islam. Seseorang yang menunaikan zakat disebut dengan Muzakki, sedangkan orang yang berhak

menerima zakat disebut Mustahik. Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar dan salah satu negara paling dermawan secara global (*Charities Aid Foundation*, 2022), Indonesia memiliki potensi zakat yang sangat besar. Namun adanya pandemi Covid-19 membuat sebagian OPZ mengalami penurunan dari segi penghimpunan zakat dan sebagian lainnya mengalami peningkatan. KNEKS (2021) mengungkapkan bahwa penurunan penghimpunan zakat ini umumnya disebabkan oleh OPZ yang hanya mengandalkan penghimpunan zakat dengan berorientasi secara tatap muka atau secara langsung saja tanpa memanfaatkan sistem digital.

Fintech mampu mengurangi dampak buruk akibat pandemi, seperti percepatan transformasi digital produk dan layanan keuangan syariah. Pemanfaatan Fintech didukung oleh pengguna internet yang bertambah banyak. Berdasarkan laporan APJII (2022), pengguna (user) internet di Indonesia meningkat dari 175 juta pada tahun 2019 menjadi 220 juta pengguna pada tahun 2022. Fintech merupakan kebutuhan dalam ekonomi dan bisnis serta dalam kegiatan sosial, salah satunya adalah zakat (Yahaya & Ahmad, 2019). Lembaga zakat dapat menggunakan Fintech dalam rangka memberikan kenyamanan dan kemudahan untuk umat Islam dalam memenuhi kewajibannya membayar zakat (Usman dkk., 2020). Hal ini menunjukkan akan pentingnya optimalisasi digital di era industri 4.0 agar semakin banyak penghimpunan maupun penyaluran zakat di Indonesia.

Berdasarkan UU tentang Perbankan Syariah Nomor 21 Tahun 2008, Salah satu tujuan Bank Syariah adalah melaksanakan fungsi sosial, seperti adanya lembaga baitul mal, yang menerima dana berasal dari zakat, infak, hibah, sedekah, serta wakaf. Bank syariah merupakan bank yang menjalankan usaha dengan prinsip syariah sesuai ajaran hukum Islam dan berdasar fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI). Perbankan syariah di Indonesia diawali dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1991. Hingga saat ini, berdasarkan data OJK (2021) Indonesia memiliki sebanyak 197 bank yang terdiri 12 Bank Umum Syariah (BUS), 21 Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat

Syariah (BPRS) sebanyak 164. Dalam Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia (LPKSI) 2021 mengungkapkan *market share* bank Syariah di Indonesia telah mencapai 6,74%, dengan total aset Rp 693,80 triliun.

Perbankan Syariah perlu untuk beradaptasi dalam melakukan pemasaran produk. Salah satu upaya meningkatkan kenyamanan nasabah perbankan Syariah yaitu melalui penyediaan layanan *mobile banking*. Layanan ini adalah layanan perbankan secara digital untuk memenuhi kebutuhan transaksi keuangan melalui perangkat elektronik seperti smartphone, tablet, laptop, dan komputer (Berakon, 2021).

Salah satu kelebihan *mobile banking* adalah memberikan kemudahan bertransaksi kapanpun dan dimanapun yang dapat diakses tanpa jarak dan batasan waktu tanpa perlu mendatangi bank secara langsung. Sebanyak 50,4 juta nasabah menggunakan layanan internet banking dan *mobile banking* di Indonesia (OJK, 2016). Semenjak adanya Covid-19 transaksi digital di *mobile banking* terus meningkat sekitar 300% di tahun 2021 (OJK, 2022).

Melihat *Mobile banking* sebagai salah satu alternatif yang dapat digunakan untuk *zakat digital payment*, maka penelitian ini ditujukan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *Intention to Use mobile banking syariah*. Banyak faktor yang telah diidentifikasi sebagai penentu perilaku nasabah terhadap *Mobile banking*. Kebutuhan akan layanan dan kualitas layanan yang dirasakan terindikasi berdampak pada keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile banking* (Malaquias dan Hwang, 2019).

Penelitian ini menggunakan teori model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*. UTAUT adalah model penggunaan dan penerimaan teknologi yang dikemukakan oleh Venkatesh dkk (2003). UTAUT terdiri atas empat faktor penentu langsung yang berdampak signifikan terhadap minat penggunaan teknologi, yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating condition*. *Performance expectancy* merupakan harapan mengenai kinerja suatu sistem dalam meningkatkan efisiensi dalam melakukan aktivitas online. *Effort expectancy* digambarkan sebagai kemudahan dalam

mempelajari dan mengoperasikan teknologi tersebut kemudian menjadi dasar untuk mempertimbangkan apakah seseorang akan mengadopsi teknologi tersebut. *Social influence* atau pengaruh sosial mengacu pada bagaimana individu merasa orang lain berpikir bahwa teknologi tertentu harus digunakan. Dan *Facilitating condition* dijelaskan sebagai dukungan sumber daya yang dimiliki seseorang dalam mempengaruhi niat untuk menggunakan teknologi tertentu (Venkatesh dkk., 2003).

Faktor lain yang memengaruhi minat penggunaan *mobile banking* dalam membayar zakat yaitu *zakat literacy* atau literasi zakat. *Zakat literacy* adalah kemampuan individu untuk membaca, memahami dan memperoleh informasi tentang zakat. Semakin baik literasi tentang zakat yang dimiliki, maka semakin meningkatkan minat penggunaan *mobile banking* dalam membayar zakat. Zakat literasi terbukti signifikan positif terhadap minat penggunaan platform online untuk membayar zakat di Indonesia (Kasri & Yuniar, 2021). Penelitian mengenai pembayaran zakat digital bukanlah topik baru, beberapa literatur telah meneliti mengenai *intention to use* layanan pembayaran zakat digital (Hudaefi & Beik, 2020; Kasri & Yuniar, 2021; Nuryahya dkk., 2022). Namun yang meneliti tentang minat membayar zakat melalui *mobile banking* masih terbatas.

Penelitian ini menggunakan objek Bank Syariah Indonesia (BSI) dikarenakan BSI adalah bank Syariah paling besar di Indonesia saat ini. BSI didirikan dari hasil penggabungan tiga bank syariah di Indonesia yaitu BRI Syariah, Bank Mandiri Syariah, dan BNI Syariah. Layanan BSI *mobile banking* menyediakan berbagai fitur, diantaranya: pengecekan saldo, transfer saldo, mutasi rekening, pembelian (pulsa, paket data, token listrik), pembayaran kebutuhan sehari-hari, QRIS, investasi emas, dan tarik tunai. Tak hanya itu BSI *mobile* juga menyediakan layanan Islami, seperti Juz Amma, Asmaul Husna dll), dan fitur untuk menyalurkan ZISWAF (BSI, 2021). Pengguna aktif BSI *mobile banking* tercatat hingga Oktober 2022 sebesar 4,07 juta nasabah atau tumbuh 81% yoy pada Bulan Juni 2022 (Kontan, 2022).

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh Model UTAUT terhadap *Intention to Use Mobile banking* dengan studi kasus pengguna BSI *mobile banking* di Indonesia.

1.2 Kesenjangan Penelitian

Kasri & Yuniar (2021) meneliti mengenai faktor yang memengaruhi minat menggunakan platform online dalam membayar zakat di Indonesia. Hasil uji statistik pada penelitian ini ditemukan bahwa variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *facilitating condition* and *zakat literacy* secara signifikan berpengaruh terhadap *intention to use online platform to pay zakat* di Indonesia. Namun, *social influence* ditemukan tidak signifikan dalam penelitian ini.

Penelitian lainnya oleh Nashwan (2021) dengan judul *Toward diffusion of e-Zakat initiatives amid the COVID-19 crisis and beyond*, membahas mengenai bagaimana model penerimaan dan penggunaan teknologi UTAUT dapat mendorong pengguna untuk mengadopsi layanan zakat online di Arab Saudi melalui sistem elektronik ZAKATY selama pandemi Covid-19. Hasil penelitian yang ditemukan adalah harapan kinerja, pengaruh sosial, dan kondisi fasilitas signifikan secara statistic mempengaruhi *intention to use e-zakat system* selama Covid-19. Namun harapan usaha dinyatakan tidak signifikan. Kepercayaan online juga ditemukan signifikan memoderasi pada hubungan antara variabel UTAUT.

Studi lain oleh Nuryahya dkk (2022) melakukan penelitian mengenai analisis faktor-faktor yang memengaruhi muzakki menggunakan platform zakat online untuk membayar zakat. Hasil dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa *performance expectations* dan *social influence* secara signifikan positif mempengaruhi *behavioural intentions*. *Facility conditions* dan *behavioural intention* juga berpengaruh positif terhadap perilaku menggunakan platform pembayaran zakat online.

Berdasarkan hal tersebut, tampak bahwa di era digitalisasi ini sebagian besar studi terkait zakat berfokus pada pengumpulan dan pembayaran zakat melalui berbagai platform online, namun sedikit penelitian yang membahas tentang pembayaran zakat melalui *mobile banking*. Sehingga penelitian mengenai

penggunaan *mobile banking* Syariah dalam menunaikan zakat masih terbatas. Beberapa penelitian juga telah mengkaji tentang penerimaan *mobile banking* di beberapa negara, akan tetapi tidak dibahas secara spesifik tentang penerimaan *mobile banking* sebagai salah satu platform online yang dapat digunakan untuk membayar zakat. Oleh karena itu, untuk mengisi kesenjangan ini peneliti tertarik untuk meneliti faktor- faktor yang memengaruhi minat nasabah BSI dalam menggunakan *Mobile banking* untuk membayar zakat di Indonesia sebagai kebaruan penelitian dengan judul **“Analisis *Intention to Use Mobile Banking* dalam Membayar Zakat Di Indonesia dengan Pendekatan UTAUT Pada Bank Syariah Indonesia”**.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penelitian ini mempunyai tujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Perfomance Expectancy* terhadap *Intention to Use BSI Mobile banking* untuk membayar zakat
2. Untuk mengetahui pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Intention to Use BSI Mobile banking* untuk membayar zakat
3. Untuk mengetahui pengaruh *Social Influence* terhadap *Intention to Use BSI Mobile banking* untuk membayar zakat
4. Untuk mengetahui pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Intention to Use BSI Mobile banking* untuk membayar zakat
5. Untuk mengetahui pengaruh *Zakat Literacy* terhadap *Intention to Use BSI Mobile banking* untuk membayar zakat.

1.4 Ringkasan Metode Penelitian

Pendekatan kuantitatif dengan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan alat SMARTPLS digunakan dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan metode SEM-PLS untuk menguji secara empiris model penelitian yang diajukan dan didasarkan pada tujuan penelitian yang difokuskan untuk memprediksi tren perilaku konsumen. Variabel dependen adalah *intention to use*, sedangkan variabel independen adalah *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social*

influence, facilitating condition and zakat literacy. Dalam pelaksanaannya, data primer dan sekunder digunakan pada penelitian ini.

1.5 Ringkasan Hasil Penelitian

Hasil dari berbagai rangkaian prosedur penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini menemukan bahwa variabel *social influence, facilitating condition*, dan *zakat literacy* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use BSI mobile* dalam membayar zakat. Sementara, hipotesis pertama dan kedua ditolak, menandakan bahwa *performance expectancy* dan *effort expectancy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *intention to use BSI mobile banking* dalam membayar zakat.

1.6 Kontribusi Penelitian

1. Bagi Pemerintah, diharapkan mampu mendukung perkembangan ekosistem ekonomi Syariah secara luas di Indonesia, terutama pada industri keuangan sosial, dapat menjadi referensi untuk melakukan pengembangan potensi digitalisasi zakat di Indonesia, dan para regulator keuangan dapat meningkatkan keamanan data nasabah.
2. Bagi Bank Syariah Indonesia, diharapkan mampu memberikan masukan positif untuk merancang dan meningkatkan kualitas layanan *m-banking* sehingga dapat meningkatkan loyalitas nasabah dan market share BSI. Serta meningkatkan kerjasama dengan Lembaga Zakat Nasional dalam penyaluran zakat dan transparansi dana zakat yang telah dihimpun dari para nasabah Bank Syariah Indonesia.
3. Bagi Akademisi, diharapkan dapat dimanfaatkan untuk sumber rujukan dan pertimbangan untuk penelitian lanjutan yang lebih variatif.
4. Bagi Masyarakat, diharapkan dapat menjadi sarana literatur dan menjadi pertimbangan untuk membayar zakat melalui mobile banking syariah.

1.7 Sistematika Penulisan

Penelitian ini akan membahas 5 bab yang terdiri atas:

BAB 1: PENDAHULUAN

Peneliti menguraikan mengenai latar belakang permasalahan, kesenjangan penelitian, tujuan penelitian, ringkasan metode penelitian, ringkasan hasil penelitian, kontribusi penelitian terkait minat penggunaan layanan *mobile banking* dalam pembayaran zakat (perspektif nasabah Bank Syariah Indonesia), dan sistematika kepenulisan.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian ini, peneliti menjelaskan konsep yang berhubungan dengan permasalahan yang sudah dirumuskan dan landasan teori yang digunakan peneliti. Landasan teori yang digunakan berasal dari berbagai jurnal dan literatur. Terdapat pula penelitian-penelitian terdahulu yang dijadikan landasan dalam penelitian ini.

BAB 3: METODE PENELITIAN

Bab ini akan memuat mengenai metode penelitian yang digunakan penulis, seperti pendekatan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional variabel, jenis dan sumber data yang digunakan, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB 4: HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan memaparkan tentang hasil dari penelitian yang telah dilakukan penulis mengenai *intention to use* layanan *mobile banking* dalam pembayaran zakat (perspektif nasabah Bank Syariah Indonesia). Selain itu, terdapat juga pembahasan dan interepetasi dari hasil pengolahan data sesuai dengan metode penelitian dan teknik analisis data yang digunakan.

BAB 5: SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir memuat kesimpulan berdasar hasil dan temuan terhadap hipotesis-hipotesis penelitian. Setelah itu juga terdapat saran atau rekomendasi terhadap pihak-pihak yang relevan untuk dijadikan sebagai landasan kerangka berpikir pada penelitian-penelitian selanjutnya.

