

BAB 1

PENDAHULUAN

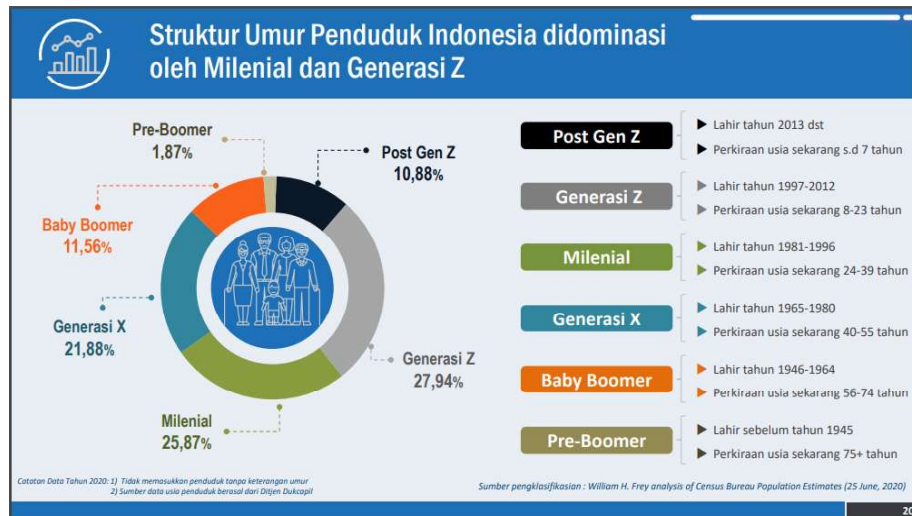
1.1 Latar Belakang

Filantropi sudah dilakukan sejak lama diseluruh dunia termasuk di Indonesia. Kegiatan filantropi ini kemudian diimplementasikan dengan perilaku dermawan dan kecintaan pada sesama. Sedangkan, Filantropi Islam merupakan bentuk-bentuk kedermawanan dalam konsep Islam melalui zakat, infak, sedekah, dan wakaf (ZISWAF). Filantropi Islam merupakan amalan yang melandasi berkembangnya sebuah kekuatan sosial ekonomi umat yang memiliki beberapa perspektif yang kompleks. Jika perspektif tersebut dapat direalisasikan maka pembangunan umat akan terwujud. Perspektif yang terkandung dalam filantropi Islam ini dapat dilihat melalui manfaat atau hikmah yang begitu banyak terkandung di dalamnya. Untuk mewujudkannya memang tidak mudah, saat ini masih terdapat masalah yang menghambat seperti tingkat kesadaran beragama atau literasi masyarakat yang masih rendah mengenai filantropi islam tersebut.

Filantropi berdasarkan sifatnya terbagi ke dalam filantropi tradisional dan filantropi modern. Filantropi tradisional adalah filantropi yang berdasarkan *charity* yang secara umum berbentuk pemberian untuk kepentingan pelayanan sosial. Sebagai contoh dalam program filantropi tradisional yaitu dengan pemenuhan kebutuhan makanan, pakaian, tempat tinggal, dan lain-lain. Sedangkan filantropi modern lebih berfokus pada kegiatan atau aktivitas pemberdayaan (*empowerment*). Beberapa kegiatan yang dilaksanakan juga bertujuan untuk terjadinya perubahan sosial yang lebih baik. Hal ini juga sejalan dengan adanya keinginan untuk memandirikan masyarakat agar mampu berdaya dan melakukan perbaikan dengan kemampuan yang dimiliki. Di era digital saat ini, untuk melakukan kegiatan filantropis dan meningkatkan literasi filantropi islam dapat dilakukan dengan mudah dikarenakan dunia teknologi terus mengalami kemajuan yang pesat saat ini. Seiring berkembangnya zaman, kecanggihan teknologi juga semakin meningkat, masyarakat cenderung

memanfaatkan teknologi tersebut untuk memudahkan segala aktivitasnya yang dapat disebut masyarakat multimedia atau cybersociety menurut Crispin, dkk (2004) yang membuat sebagian masyarakat tergantung oleh fasilitas-fasilitas yang tersedia diinternet termasuk dalam hal kebaikan seperti filantropi. Hal tersebut tentu memicu perkembangan digitalisasi, baik dari segi ekonomi, pendidikan, kesehatan hingga kebutuhan rohani. Berbagai layanan dan fitur yang tersedia dalam melakukan donasi menjadi daya tarik generasi z maupun milenial untuk menggunakannya. Semakin mudah dan praktis, maka semakin menjadi favorit untuk digunakan. Hal ini pun juga merupakan salah satu faktor yang menarik minat para generasi z untuk terjun dalam kegiatan ini.

Hal ini dibuktikan dengan terjadinya lonjakan persentase kalangan generasi z maupun milenial untuk berdonasi melalui Dompot Dhuafa. Dilansir dari laman website dompetdhuafa.org, Terdapat 60% donatur Dompot Dhuafa diduduki oleh kalangan generasi z maupun milenial melalui berbagai aplikasi maupun platform digital dan kemudahan akses dalam pelayanan donasi yang meningkatkan minat bagi kalangan tersebut. Peran sosial media pun tidak luput dalam gerakan filantropi ini. Para generasi milenial maupun generasi z terutama saat pandemi ini lebih banyak menghabiskan waktunya untuk menggunakan sosial media. Hal inipun dapat dimanfaatkan sebagai media literasi filantropi islam khususnya zakat, melalui berbagai aplikasi sosial media terutama Instagram, Facebook, Youtube dan TikTok.

**Gambar 1.1****Struktur Umur Penduduk Indonesia**

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2020

Berdasarkan Hasil Survei Penduduk 2020 yang menyatakan bahwa mayoritas penduduk Indonesia didominasi oleh Generasi Z dan Generasi Milenial. Proporsi Generasi Z sebanyak 27,94 % dari total populasi dan Generasi Milenial sebanyak 25,87 % dari total populasi di Indonesia. Dengan hadirnya Generasi Milenial dan Generasi Z, dapat menjadi peluang dalam pengumpulan zakat di tengah bonus demografi. Merujuk pada Indonesian Millennial Report (2019), dalam mengatur keuangan, generasi milenial memiliki kecenderungan untuk cashless. Generasi ini lebih menyukai sistem pembayaran nontunai, setiap pembayaran menggunakan sistem teknologi yang dapat disediakan oleh gawai, seperti e-money dan internet banking. OPZ (Organisasi Pengelola Zakat) telah merespon baik untuk hal ini dalam metode pembayaran zakat, namun hal ini perlu dimaksimalkan lagi dengan strategi yang dapat menarik perhatian kaum milenial dan generasi z.

Pusat Kajian Strategis BAZNAS pada tahun 2021, melakukan survei preferensi perusahaan dalam berzakat dalam rangka melakukan optimalisasi pengumpulan zakat perusahaan. Sejumlah 60 perusahaan di wilayah Jabodetabek dilibatkan dalam penelitian ini dengan pendekatan lima dimensi

yaitu dimensi preferensi media sosialisasi dan kampanye, preferensi kanal pembayaran zakat, preferensi layanan konsultasi zakat perusahaan, dan preferensi manfaat pembayaran zakat perusahaan. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa pada skala 1-5 preferensi media sosialisasi atau kampanye zakat, media sosial atau poster maupun video pendek mendapatkan nilai skala rata-rata yang paling tinggi yaitu sebesar 3.95 (Baznas, 2022)

Walaupun generasi z dikatakan belum dapat memberi bantuan dengan nominal yang besar secara langsung kepada masyarakat, tetapi mereka dapat memberikan ide-ide baru yang kreatif dan dapat mengubah cara pandang masyarakat dalam hal filantropi. Sehingga dapat menghasilkan bantuan kepada masyarakat dengan jumlah yang tidak sedikit. Mereka dapat membuat konten yang menarik tentang kegiatan filantropi islam dan untuk dapat lebih menarik *viewers* atau audiens, konten tersebut dikaitkan dengan hal yang sedang *trend* atau viral saat ini. Dengan keikutsertaan para generasi z dalam hal filantropi ini, akan memberikan dampak positif dan banyak pengalaman bahkan apresiasi yang cukup besar dari masyarakat

Terdapat empat pilar atau strategi yang disusun untuk menguatkan dan mengembangkan perzakatan di Indonesia yaitu (1) pilar SDM Amil, (2) pilar pengumpulan, (3) pilar penyaluran, dan (4) pilar pengendalian. Pilar kedua, yaitu pengumpulan merupakan salah satu pilar penting dalam sistem pengelolaan zakat di Indonesia. Realisasi pengumpulan zakat di Indonesia tidak hanya dipengaruhi oleh kesadaran masyarakat dalam membayarkan zakat, tetapi juga reputasi dari lembaga zakat itu sendiri. Oleh karena itu, terdapat dua hal penting lainnya yang perlu diperhatikan dalam pengumpulan zakat yaitu aspek manajemen dan pendayagunaan. Target utama pada pilar pengumpulan adalah optimalisasi potensi zakat nasional. Target tersebut dapat dicapai dengan serangkaian program utama antara lain (1) meningkatkan literasi zakat, (2) mengintegrasikan zakat, fiskal dan komersial, (3) digitalisasi sosialisasi dan layanan donasi zakat, (4) pemetaan dan strategi pencapaian potensi zakat berbasis wilayah dan jenis zakat, dan (5) meningkatkan dan memperluas cakupan muzaki. Strategi dasar yang digunakan untuk

merealisasikan program utama tersebut adalah dengan meningkatkan kesadaran publik dan literasi zakat. (Pusat Kajian Strategis-Badan Amil Zakat Nasional, 2022).



Gambar 1.2
Nilai Indeks Literasi Zakat Nasional 2020

Sumber : Puskas Baznas

Menurut peneliti Puskas Baznas, skor pemahaman dasar zakat maupun skor indeks literasi zakat masih pada tahap moderat, yakni masing-masing 72,21 dan 66,78. Dikutip dari Hidayatuna.com, Badan Pengurus Lazismu Pusat, Prof. Hilman Latief mengatakan saat ini, masyarakat sekedar mengetahui zakat, tetapi mereka tidak paham secara mendalam akan zakat. Masih banyak pertanyaan yang muncul, termasuk dari kalangan millennial, tentang beda zakat dengan infaq ataupun sodaqoh. Dapat disimpulkan bahwa secara nasional tingkat pemahaman masyarakat pada aspek-aspek dasar zakat cukup baik, namun untuk pemahaman pada aspek-aspek pengelolaan zakat pada lembaga zakat masih tergolong rendah (Baznas, 2020).

Padahal, potensi zakat terus meningkat setiap tahunnya dan hal ini menjadi kesempatan bagi lembaga amil zakat untuk berinovasi dalam menghimpun dan mengelola zakat. Pada tahun 2020, besaran potensi zakat di Indonesia

mencapai Rp.327,6 triliun. Besarnya potensi tersebut diikuti oleh pertumbuhan pengumpulan zakat tiap tahunnya. Menurut data Statistik Zakat Nasional (2019), pengumpulan zakat selama tiga tahun terakhir (2015 – 2018), mengalami peningkatan yang besar yaitu sebesar 122 persen atau sekitar Rp. 4,5 Triliun (Puskas BAZNAS, 2020).

Perbedaan antara potensi zakat dan realisasi penghimpunan zakat yang cukup jauh ini tentu terdapat beberapa faktor kendalanya. Terkait permasalahan rendahnya penghimpunan zakat melalui lembaga amil resmi di Indonesia, (Ascarya & Yumanita, 2018) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa yang menjadi permasalahan eksternal terkait rendahnya penghimpunan zakat di lembaga amil resmi antara lain adalah rendahnya tingkat literasi atau pengetahuan masyarakat terhadap zakat. Baik itu pengetahuan zakat secara umum maupun pengetahuan tentang pentingnya membayar zakat melalui lembaga amil resmi. Ini merupakan sebuah tantangan bagi Lembaga Amil Zakat dalam berinovasi untuk memberikan sebuah solusi bagi permasalahan tersebut. Sosialisasi atau literasi mengenai zakat dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung seperti melalui media digital. Namun, berdasarkan kajian (Baznas, 2022) negara Indonesia memiliki tantangan pada beberapa hal seperti ketimpangan atau kesenjangan digital dimana sebagian masyarakat belum memahami atau memiliki akses atas teknologi digital. Hasil studi dari East Ventures (2021), menunjukkan bahwa masih terjadi kesenjangan atau ketimpangan digital, data menunjukkan bahwa rata-rata hanya di pulau Jawa yang memiliki indeks daya saing di atas 50 yang didominasi wilayah Jabodetabek. Oleh karena itu dengan kontribusi generasi z yang terkenal dekat dan mudah beradaptasi dengan teknologi dan hadirnya online platform diharapkan dapat membantu LAZ dalam menunjang pengumpulan zakat yang lebih optimal.

Subyek dalam penelitian ini adalah Lazismu Jawa Timur yang berlokasi di Jl. Kertomenanggal IV No.1, Dukuh Menanggal, Kecamatan Gayungan, Kota Surabaya, Jawa Timur. Alasan peneliti memilih Lazismu Jawa Timur sebagai subyek penelitian karena Lazismu Jawa Timur merupakan Lembaga Amil

Zakat Ormas (Organisasi Masyarakat) yang juga senantiasa mengoptimalkan media platform online yang dimilikinya dalam literasi maupun pembayaran dana zakat dan donasi lainnya. Selain itu, Lazismu Jawa Timur juga mendayagunakan dana zakat dengan membuat berbagai macam inovasi produk makanan yang nantinya akan disalurkan kepada orang yang membutuhkan. Hal ini ditunjukkan dengan performa kerja yang kian meningkat seiring meluasnya program kepedulian dari yang semula hanya bersifat lokal menjadi nasional, bahkan internasional. Tidak hanya berkhidmat pada bantuan dana bagi kalangan tidak mampu dalam bentuk tunai, Lazismu Jawa Timur juga mengembangkan bentuk program yang lebih luas seperti bantuan ekonomi, kesehatan, pendidikan dan bantuan bencana. Sedangkan obyek dalam penelitian ini merupakan amil zakat yang tergolong dalam generasi z serta online platform atau digital payment yang digunakan oleh Lazismu Jawa Timur dalam hal fundraisingnya, karena online platform sangat identik dengan generasi saat ini yang membutuhkan kepraktisan dalam melakukan hal apapun. Berangkat dari latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Peran Generasi Z Melalui Online Platform dalam Optimalisasi Literasi dan Fundraising Zakat (Studi Kasus Lazismu Jawa Timur)”** Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pandangan lembaga amil zakat lainnya untuk melakukan sosialisasi atau literasi serta mekanisme penghimpunan zakat dalam kegiatan pengoptimalan penghimpunan zakat secara lebih efektif.

1.2 Kesenjangan Penelitian

Seiring berkembangnya *digital lifestyle* menuntut lembaga filantropi Islam utamanya Lembaga Amil Zakat (LAZ) untuk menggunakan teknologi agar lebih mengoptimalkan untuk penghimpunan dana donasi. Penelitian ini mengambil studi kasus Lazismu Jawa Timur, sebuah lembaga filantropi islam yang berkhidmat dalam pemberdayaan kaum yang membutuhkan, melalui pendekatan filantropis dan wirausaha sosial, dalam penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi fundraising yang dilakukan serta peranan generasi

z melalui online platform mereka dalam literasi zakat yang dapat membawa perubahan cara pandang masyarakat tentang filantropi islam khususnya dalam hal berzakat.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis peran amil generasi z dalam upaya fundraising zakat di Lazismu Jawa Timur.
2. Menganalisis online platform khususnya media sosial yang telah dimanfaatkan oleh amil generasi z dalam literasi fundraising zakat.
3. Menganalisis muzakki yang telah melakukan pembayaran zakat melalui *digital payment* dan mendapatkan literasi atau sosialisasi yang telah dilakukan oleh amil generasi z Lazismu Jawa Timur.

1.4 Ringkasan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus.

1.5 Ringkasan Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian ini menganalisis mengenai lembaga zakat yang dapat lebih aktif dalam menggunakan *platform* sosial media maupun digital payment yang bertujuan untuk meningkatkan literasi masyarakat dalam hal filantropi islam khususnya zakat serta semakin mempermudah dalam melakukan donasi dengan menambah serta menyempurnakan fitur-fitur dalam *platform* donasi mereka.

1.6 Kontribusi Penelitian

Kontribusi riset yang ada dalam penelitian ini adalah kontribusi pengujian empiris. Dimana akan didapati analisis strategi *fundraising* zakat ditinjau dari sisi peran generasi muda serta peran *platform* online (*digital payment*) yang turut menunjang dalam hal pengumpulannya.

1.7 Sistematika Penulisan

Penelitian ini tersusun berdasarkan sistematika sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, kesenjangan penelitian, ringkasan metode penelitian, ringkasan hasil penelitian, kontribusi riset, dan sistematika penelitian.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang landasan teori dan penelitian sebelumnya.

BAB 3 : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang urutan pendekatan penelitian, jenis dan sumber data, unit analisis, teknik pengumpulan data, teknik validasi data dan teknik analisis data.

BAB 4 : PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai gambaran umum, penyajian data penelitian, hasil analisis data, intepretasi hasil dan pembahasan,

BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab terakhir dalam penelitian ini, yang berisi mengenai ringkasan hasil, kesimpulan, saran, dan keterbatasan.