

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia adalah negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia dengan 87,2 % dari populasinya, yaitu sebanyak 261 juta penduduk teridentifikasi sebagai Muslim (Kasri, 2019), dan juga sebagai negara keempat dengan jumlah penduduk terbesar setelah Cina, India, dan Amerika Serikat (Worldpopulationreview, 2019). Meski mayoritas orang Indonesia adalah Muslim yang memiliki potensi besar dalam pengumpulan dana zakat, infaq, wakaf dan sedekah, jumlah dana yang terkumpul secara nasional melalui lembaga zakat masih jauh dari yang diharapkan (Cokrohadisumarto, 2019). Akhir-akhir ini, organisasi *non-profit* telah bergeser ke penggunaan online dalam pengumpulan dana karena kemampuan internet dalam meminimalisir waktu yang digunakan, lebih efisien, cepat, langsung dan mudah dalam mentransfer uang (Sura et al., 2017).

Saat ini banyak sekali platform yang menyediakan layanan dalam pembayaran zakat, infaq, wakaf dan sedekah berbasis teknologi selain itu juga banyak lembaga zakat, infaq, wakaf dan sedekah yang saat ini berbasis website sehingga donatur hanya perlu mentransfer dengan digital payment yang mereka miliki. Seperti Rumah Zakat sebagai lembaga filantropi yang mengelola zakat, infaq, sedekah, dan dana sosial lainnya melalui program pemberdayaan masyarakat (Rumah Zakat, 2019), kitabisa yaitu situs donasi dan menggalang dana (fundraising) untuk inisiatif, campaign dan program sosial secara online (kitabisa.com, 2019) dan Dompot Dhuafa, sebuah lembaga filantropi Islam yang didedikasikan untuk memberdayakan orang miskin dengan pendekatan budaya melalui kegiatan filantropis dan kewirausahaan sosial (dompot dhuafa, 2019). BAZNAZ atau Badan Amil Zakat Nasional adalah lembaga yang dibentuk oleh pemerintah Indonesia yang memiliki tugas dan fungsi mengumpulkan dan mendistribusikan zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) di tingkat nasional (baznaz, 2019) saat ini juga menerima donasi online dalam pengumpulan zakat, infaq, wakaf.

Dengan pesatnya perkembangan teknologi, saat ini dapat ditemui berbagai macam fasilitas yang membuat hidup menjadi lebih nyaman, salah satu contoh dari fasilitas tersebut adalah munculnya aplikasi pembayaran digital canggih pada perangkat seluler konsumen

(*mobile payment*), yang ditawarkan oleh penyedia pembayaran seluler dengan menawarkan nilai lebih dibandingkan pembayaran di masa lalu seperti pembayaran melalui bank (Kazan et al., 2018). Di Indonesia, situs web seperti Rumah Zakat, Kitabisa, dan Dompot Dhuafa menyediakan layanan distribusi zakat, infaq, wakaf, dan sedekah dengan menerima pembayaran melalui *mobile payment* dengan bekerja sama dengan beberapa penyedia pembayaran seluler seperti OVO, GoPay, Dana, LinkAja. Masyarakat dapat secara langsung memindai kode QR yang tercantum di situs web sesuai dengan penyedia layanan pembayaran digital yang mereka miliki.

Bank Indonesia juga telah mulai menerapkan elektronifikasi kotak amal melalui QR Code. Pada Festival Ekonomi Syariah Indonesia (Fesyar) Indonesia tahun 2019 di Surabaya, Bank Indonesia mengaktifkan QR Code pada seribu rumah ibadah di Jawa Timur untuk mencetak rekor MURI. Masyarakat dapat memberikan infaq, sedekah atau sumbangan langsung dengan memindai QR Code yang tersedia di rumah ibadah. Semua rumah ibadah dapat mengikuti langkah ini dengan datang ke Bank Indonesia. Pemanfaatan QR Code dapat meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan pendapatan dan pengeluaran karena dana langsung masuk ke rekening tempat ibadah (Bank Indonesia, 2019). Ada banyak manfaat *mobile payment* seperti kemudahan, kecepatan transaksi, keamanan, pembayaran massal, dan mengurangi penggunaan uang tunai (Verkijika, 2019). Selain itu, proses digitalisasi yang sedang berlangsung dalam industri pembayaran telah meningkatkan kompleksitas inheren dinamika platform digital (de Reuver et al., 2018, Iman, 2018). Dengan perkembangan pesat pembayaran digital dan inovasi organisasi *nonprofit* untuk mengumpulkan dana dengan pembayaran digital, jumlah dana yang dihimpun harusnya meningkat, meskipun banyak faktor terkait dengan *intention to pay* masyarakat dalam membayar zakat, infaq, wakaf dan sedekah melalui pembayaran digital.

Salah satu faktor yang berpengaruh dalam niat untuk membayar zakat, wakaf dan sedekah melalui pembayaran digital adalah altruisme. Altruisme mengacu pada kesediaan untuk melakukan pengorbanan pribadi untuk kepentingan orang lain (Ellis, 2018). Faktor lainnya yang juga mempengaruhi niat Muslim untuk membayar adalah religiusitas, faktor religiusitas / keyakinan agama memainkan peran penting dalam membentuk sikap, niat, dan perilaku umat Islam terkait dengan pemberian sumbangan (Kasri, 2019). Religiusitas

mengacu pada kecenderungan individu yang beragam untuk berkomitmen pada keyakinan, prinsip, dan aktivitas keagamaan (Ellis, 2019). Selain religiusitas, kepercayaan pada organisasi dalam pengumpulan zakat, infaq, wakaf dan sedekah juga salah satu dari banyak faktor yang memainkan peran penting, akhir-akhir ini kepercayaan publik pada organisasi *nonprofit* telah menarik perhatian pengelola dana sumbangan dan peneliti mengenai organisasi *nonprofit* (Moon, 2017). Pemeliharaan dan pengembangan kepercayaan antara orang-orang dan organisasi *nonprofit* penting untuk mendorong kegiatan penggalangan dana, kegagalan dalam mempertahankan kepercayaan orang dapat menyebabkan konsekuensi negatif, termasuk penurunan donasi, kerusakan reputasi atau bahkan keruntuhan organisasi (De Jager, 2017). Kenyamanan dalam menggunakan pembayaran digital juga merupakan salah satu faktor yang berpengaruh pada niat membayar dalam pengumpulan zakat, infaq, wakaf dan sedekah melalui pembayaran digital. 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). Penelitian ini akan menguji faktor-faktor yang mempengaruhi niat untuk membayar zakat, infaq, wakaf dan sedekah pada pengumpulan digital dengan *mobile payment* di Indonesia.

Dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembacanya khususnya bagi institusi pengumpul zakat, infaq, wakaf dan sadaqah untuk dapat menjangkau masyarakat muslim di Indonesia dengan lebih mudah dan lebih efisien dalam pengumpulannya yaitu dengan mempertimbangkan penarikan dana dengan *digital payment* yang saat ini terus berkembang dengan pesat. Dengan begitu total penerimaan zakat, infaq, wakaf dan sadaqah di Indonesia akan semakin meningkat sehingga kebutuhan masyarakat akan lebih cepat dan semakin banyak yang terpenuhi. Selain itu diharapkan dengan adanya penelitian ini diharapkan membantu pemerintah sebagai regulator agar dapat membuat regulasi yang lebih lengkap dan rinci sehingga masyarakat merasa terlindungi dan meningkatkan minat masyarakat maupun institusi untuk ikut andil dalam pengumpulan zakat, infaq, wakaf dan sadaqah digital di Indonesia. Dengan adanya temuan dalam penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pengetahuan yang baru kepada masyarakat Indonesia seiring berkembangnya teknologi, perkembangan dalam pengumpulan zakat,

infaq, wakaf dan sadaqah di Indonesia juga semakin beragam dan semakin mudah. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan keinginan masyarakat Indonesia dalam membayar zakat, infaq, wakaf dan sadaqah sehingga semakin meningkat juga kesejahteraan masyarakat di Indonesia.

## 1.2 Kesenjangan Penelitian

Penelitian sebelumnya telah membahas bagaimana beberapa faktor mempengaruhi niat Muslim untuk membayar zakat, infaq, wakaf dan sedekah. Mazni (2018) dalam jurnalnya “*Do religiosity, gender and educational background influence zakat compliance?*” juga membahas bagaimana religiusitas, jenis kelamin, dan latar belakang berpengaruh terhadap kepatuhan dalam membayar zakat. Abdul Shukor, et al. (2018) dalam penelitiannya “*Trust on Awqaf Institutions: Evidence from Malaysia*” membahas mengenai pengaruh *trust* pada institusi pengumpul wakaf terhadap *intention* dalam membayar wakaf. Penelitian berjudul “*Antecedents of trust and continuance intention in mobile payment platforms: The moderating effect of gender*” oleh Zhen Shao, et al. (2019) membahas mengenai bagaimana *trust* pada *mobile payment* mempengaruhi *intention* atau niat untuk terus menggunakan *mobile payment*. Beberapa penelitian telah dilakukan untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi niat masyarakat Muslim untuk membayar zakat, infaq, wakaf dan sedekah, namun sejauh pengetahuan penulis masih belum ada penelitian yang membahas apa dan bagaimana pengaruh beberapa faktor terhadap *intention to pay* zakat, infaq, wakaf dan sedekah melalui pengumpulan digital. Berdasarkan informasi di atas, pertanyaan dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *altruism* mempengaruhi *trust* masyarakat Indonesia pada pengumpulan zakat, infaq, wakaf dan sedekah melalui pembayaran digital dengan *mobile payment*?
2. Apakah *altruism* mempengaruhi *convenience* masyarakat Indonesia pada pengumpulan zakat, infaq, wakaf dan sedekah melalui pembayaran digital dengan *mobile payment*?
3. Apakah *altruism* mempengaruhi *intention to pay* masyarakat pada pengumpulan zakat, infaq, wakaf dan sedekah melalui pembayaran digital dengan *mobile payment*?
4. Apakah *religiosity* mempengaruhi *trust* masyarakat Indonesia pada pengumpulan zakat, infaq, wakaf dan sedekah melalui pembayaran digital dengan *mobile payment*?

5. Apakah *religiosity* mempengaruhi *convenience* masyarakat Indonesia pada pengumpulan zakat, infaq, wakaf dan sedekah melalui pembayaran digital dengan *mobile payment*?
6. Apakah *religiosity* mempengaruhi *intention to pay* masyarakat pada pengumpulan zakat, infaq, wakaf dan sedekah melalui pembayaran digital dengan *mobile payment*?
7. Apakah *trust* mempengaruhi *intention to pay* masyarakat pada pengumpulan zakat, infaq, wakaf dan sedekah melalui pembayaran digital dengan *mobile payment*?
8. Apakah *convenience* mempengaruhi *intention to pay* masyarakat pada pengumpulan zakat, infaq, wakaf dan sedekah melalui pembayaran digital dengan *mobile payment*?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji:

1. Pengaruh *altruism* terhadap *trust* masyarakat Indonesia pada pengumpulan zakat, infaq, wakaf dan sedekah melalui pembayaran digital dengan *mobile payment*.
2. Pengaruh *altruism* terhadap *convenience* masyarakat Indonesia pada pengumpulan zakat, infaq, wakaf dan sedekah melalui pembayaran digital dengan *mobile payment*.
3. Pengaruh *altruism* terhadap *intention to pay* masyarakat pada pengumpulan zakat, infaq, wakaf dan sedekah melalui pembayaran digital dengan *mobile payment*.
4. Pengaruh *religiosity* terhadap *trust* masyarakat Indonesia pada pengumpulan zakat, infaq, wakaf dan sedekah melalui pembayaran digital dengan *mobile payment*.
5. Pengaruh *religiosity* terhadap *convenience* masyarakat Indonesia pada pengumpulan zakat, infaq, wakaf dan sedekah melalui pembayaran digital dengan *mobile payment*.
6. Pengaruh *religiosity* terhadap *intention to pay* masyarakat pada pengumpulan zakat, infaq, wakaf dan sedekah melalui pembayaran digital dengan *mobile payment*.
7. Pengaruh *trust* terhadap *intention to pay* masyarakat pada pengumpulan zakat, infaq, wakaf dan sedekah melalui pembayaran digital dengan *mobile payment*.
8. Pengaruh *convenience* terhadap *intention to pay* masyarakat pada pengumpulan zakat, infaq, wakaf dan sedekah melalui pembayaran digital dengan *mobile payment*.

#### **1.4 Ringkasan Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang diperoleh dari jawaban responden, semua variabel memiliki pengaruh terhadap *intention to pay* pada pengumpulan zakat, infaq, wakaf dan sedekah melalui pengumpulan digital *mobile payment* kecuali variabel *religiosity*. *Religiosity* tidak mempengaruhi *intention to pay* pada pengumpulan zakat, infaq, wakaf dan sedekah melalui pengumpulan digital *mobile payment*, meskipun demikian *religiosity* memiliki pengaruh terhadap *trust* dan *convenience* dalam pembayaran digital untuk pengumpulan zakat, infaq, wakaf, dan sedekah. *Religiosity* akan dapat mempengaruhi *intention to pay* pada pengumpulan zakat, infaq, wakaf dan sedekah melalui pengumpulan digital *mobile payment* jika ada *trust* dan *convenience* sebagai variabel intervensi antara *religiosity* dan *intention to pay*. Hasil lebih lanjut akan dijelaskan pada bagian hasil dan pembahasan.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang permasalahan yang diangkat dalam penelitian yaitu mengenai *religiosity* dan *trust* masyarakat Indonesia dalam mempengaruhi *intention to pay* pada pengumpulan zakat, infaq, wakaf dan sedekah digital. Selain itu dalam bab ini juga mencakup kesenjangan penelitian, tujuan penelitian, ringkasan metode penelitian, ringkasan hasil penelitian, kontribusi riset dan uji ketahanan dari hasil penelitian.

##### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Di dalam bab ini akan dijelaskan mengenai landasan teori yang digunakan sebagai dasar dalam penelitian. Dalam tinjauan pustaka ini akan dijelaskan landasan teori yang membahas mengenai *altruism*, *religiosity*, *trust*, *convenience* dan *intention to pay* pada pengumpulan zakat, infaq, wakaf digital serta landasan teori mengenai hubungan antar variabelnya. Bab ini juga akan menjelaskan mengenai penelitian terdahulu, hubungan antara variabel independen dan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian, kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian.

**BAB III :METODE PENELITIAN**

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai pendekatan yang digunakan dalam penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, model penelitian, serta metode dalam menganalisis data.

**BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini dijelaskan mengenai hasil dari penelitian yang dilakukan serta pembahasan akan interpretasi dari hasil data yang diolah.

**BAB V : PENUTUP**

Dalam bab ini menyatakan kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran yang akan berguna bagi penelitian selanjutnya.