

BAB 1

PENDAHULUAN

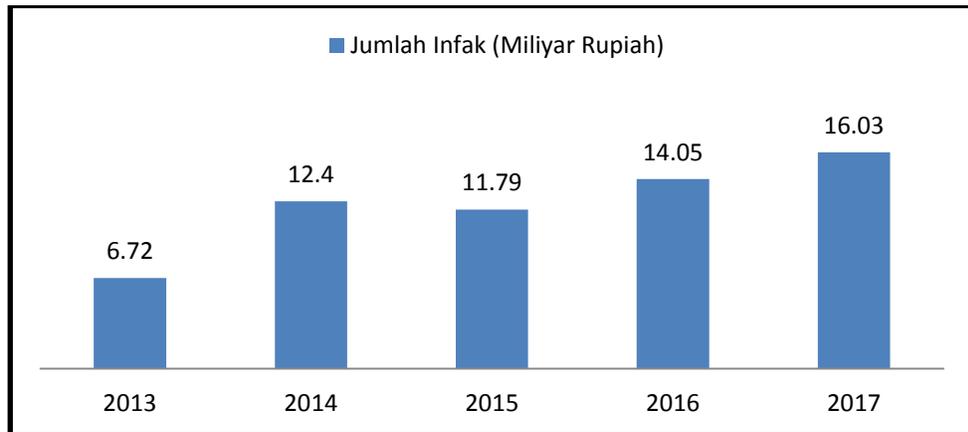
1.1 Latar Belakang Masalah

Allah SWT memerintahkan kepada hambanya untuk membelanjakan hartanya di jalan Allah SWT, melalui perilaku beramal. Perilaku beramal dalam Islam diantaranya yaitu melalui Zakat, Infak, Sedekah (ZIS). Perilaku beramal dalam Islam memiliki hubungan dengan Allah SWT (*habluminallah*) dan hubungan dengan sesama manusia (*habluminannas*). Hubungan dengan Allah SWT, bertujuan untuk mendekatkan diri kepada Allah dan menjalankan perintahnya, sementara hubungan dengan manusia bertujuan untuk membantu sesama karena sebagian harta yang dimiliki seseorang merupakan milik orang miskin seperti yang tercantum dalam Q.S Al-Dzariyat : 19

﴿وَالْمَحْرُومِ لِلسَّائِلِ حَقُّ أَمْوَالِهِمْ وَفِي﴾

Artinya: “*Dan pada harta-harta mereka ada hak untuk orang miskin yang meminta dan orang miskin yang tidak mendapat bagian.*”

ZIS di Indonesia mempunyai potensi yang besar mengingat bahwa mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim. Oleh karena itu ZIS dapat dijadikan alternatif sebagai sarana untuk pemerataan pendapatan sehingga dapat mengetaskan kemiskinan (Ananta, Rindayati, & Arsyianti, 2014). Seperti yang dikatakan oleh Erna (2018) potensi dana donasi Indonesia cukup besar nilainya mencapai 200 triliun. Berdasarkan laporan keuangan Badan Amil Zakat Nasional (2018) jumlah dana infak yang terkumpul selama tahun 2017 yaitu hanya sebesar 16 miliar



Gambar 1.1
Jumlah Dana Infak yang Terhimpun di Indonesia

Sumber : Badan Amil Zakat Nasional(2018)

Berdasarkan gambar 1.1 terlihat bahwa dana infak mengalami kenaikan setiap tahunnya walaupun ditahun 2015 mengalami penurunan dan puncaknya pada tahun 2017 BAZNAS dapat menghimpun dana infak sebesar 16 Miliar. Jawa Barat dengan jumlah penduduk terbesar di Indonesia mempunyai peluang dalam penghimpunan infak, terutama di Kota Bandung sebagai Ibukota Provinsi Jawa Barat, yang menjadi pusat kegiatan ekonomi.

Jumlah penduduk Kota Bandung mencapai 2,5 juta jiwa dan sebagian besar penduduk Kota Bandung yaitu angkatan muda (generasi milenial atau generasi Y) yaitu sebesar 703.463 jiwa (Masyarakat berumur 20-34 tahun) jumlah ini adalah jumlah tertinggi dibanding jumlah penduduk di usia lain (Badan Pusat Statistik, 2018). Generasi Y adalah individu yang lahir pada tahun 1980 – 2000, generasi ini lahir di era perkembangan teknologi informasi dan pendidikan sehingga memiliki karakteristik yang berbeda dibanding generasi sebelumnya (Meier, 2010).

Melihat fenomena tersebut, generasi milenial berpotensi menjadi penyumbang terbesar infak di Kota Bandung karena jumlahnya yang dominan di Kota Bandung. Selain itu generasi milenial yang telah mengenal teknologi akan lebih mudah mendapatkan informasi-informasi mengenai keagamaan yang akan menyadarkan

Rosa Rosita, 2019

PERILAKU BERINFAK GENERASI MILENIAL : ANALISIS FAKTOR SIKAP ITSAR, KEPUASAN DIRI DAN PERILAKU PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL (STUDI KASUS MAHASISWA DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

mereka akan pentingnya berinfak. Namun, generasi milenial dikenal sebagai generasi yang konsumtif. Riset yang dilakukan oleh Provetic terhadap generasi milenial menunjukkan mayoritas responden menjadikan belanja sebagai salah satu prioritas mereka (Sugianto & Brahmana, 2018). Hal tersebut terjadi karena mudahnya akses untuk berbelanja secara online pada generasi milenial.

Generasi milenial dianggap kurang ikut berpartisipasi untuk menyumbang ke lembaga amal, mereka biasanya menghabiskan uangnya untuk berbelanja dan makan diluar berbeda dengan generasi 20 tahun yang lalu (Sargeant, Ford, & C. West, 2000). Sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Gasman dan Thompkins (2004) bahwa jumlah sumbangan di Afrika dan Amerika sebagian besar didapat dari generasi sebelum generasi milenial.

Namun, penelitian tersebut berbeda dengan fakta di lapangan yang saat ini terjadi di Indonesia dan khususnya di Kota Bandung. Tren hijrah sedang menyebar pada kaum muda di Indonesia, khususnya di Kota Bandung. Bahkan tren ini pun sudah menyebar ke kalangan artis-artis sehingga lebih banyak lagi pemuda yang hijrah karena melihat artis berbondong-bondong hijrah. Berdasarkan data di instagram pemuda hijrah terdapat 1.9 juta *followers* hal ini akan menjadi peluang untuk pengumpulan infak dari generasi milenial. Data infak dalam satu kali acara penggalangan dana untuk rohingya mencapai 122 juta, dapat dilihat bahwa antusiasme pemuda untuk berinfak sangatlah tinggi.

Generasi milenial sesungguhnya memiliki rasa empati yang tinggi seperti yang di jelaskan oleh Silverman (2007) generasi milenial sebagai seseorang yang penuh perhatian dan rasa hormat, memiliki keinginan untuk melihat dunia yang lebih baik dan memiliki empati yang tinggi bahkan peneliti menyebut generasi milenial sebagai "*emphatic generation*". Sehingga sangatlah penting untuk dibahas lebih lanjut rasa empati ini atau dengan kata lain sikap *itsar* (altruisme).

Berdasarkan *warm glow theory* yang membahas mengenai altruisme murni teori ini menganggap bahwa seseorang memberi dalam hal ini perilaku beramal

timbul karena adanya rasa ingin membantu orang lain murni tanpa adanya rasa ingin dibalas (Schervish and Havens, 1997).

Selanjutnya berdasarkan pada *social exchange theory*, teori pertukaran yang pertama kali dikembangkan oleh para ekonom, mengasumsikan bahwa semua transaksi melibatkan semacam pertukaran dan hal-hal dipertukarkan untuk nilai ekonomi atau utilitarian mereka. Nilai ini bisa berupa pengembalian material aktual atau manfaat nyata yang diperoleh individu atau nilai simbolis seperti kesenangan atau kepuasan yang diperoleh individu dari tindakan memberi. Maka variabel kedua yang diambil dalam penelitian ini yaitu kepuasan diri karena pada dasarnya seseorang akan merasa senang setelah membantu orang lain.

Generasi milenial sangat dekat dengan teknologi khususnya media sosial, mereka menjadikan teknologi sebagai suatu kesatuan dalam kegiatan sehari-hari mereka. Berdasarkan teori *Computer Mediated Communication* atau komunikasi yang dimediasi oleh komputer merupakan segala bentuk komunikasi antar individu atau individu dengan kelompok yang saling berinteraksi melalui komputer dalam suatu jaringan internet. CMC dipandang sebagai integrasi teknologi komputer dengan kehidupan sehari-hari. Wilayah CMC mengkaji bagaimana perilaku manusia dipelihara dan diubah dengan saling bertukar informasi melalui mesin. Penelitian CMC berfokus terutama pada dampak sosial yang didukung teknologi komunikasi pesan teks berbasis komputer (Wood & Smith, 2005). Berdasarkan fakta dan teori tersebut penggunaan media sosial pada generasi milenial akan menjadi salah satu variabel dalam penelitian ini.

Berdasarkan uraian-uraian di atas tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh pengetahuan tentang pengaruh sikap *itsar*, kepuasan diri dan perilaku penggunaan media sosial terhadap perilaku berinfak generasi milenial. Jurnal internasional yang membahas topik yang sama dengan penelitian ini antara lain

Rosa Rosita, 2019

PERILAKU BERINFAK GENERASI MILENIAL : ANALISIS FAKTOR SIKAP ITSAR, KEPUASAN DIRI DAN PERILAKU PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL (STUDI KASUS MAHASISWA DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

penelitian oleh Opoku (2013), menghasilkan kesimpulan bahwa terdapat tiga hal yang mempengaruhi perilaku anak muda dalam menyumbang yaitu agama, sikap altruisme dan manfaat pribadi yang dirasakan oleh anak muda sebagai penyumbang. Hal ini sesuai dengan pendapat Ki, Gibson dan Kim (2011) namun menurut mereka perlu penelitian lebih fokus mengenai dimensi psikologis perilaku memberi, seperti faktor identitas, keakraban dan manfaat yang dicari dari perilaku memberi.

Penelitian yang dilakukan oleh Ananta, Rindayati dan Arsyanti (2014) mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi alokasi infak rumah tangga menyimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi alokasi infak rumah tangga adalah altruisme, pendapatan, serta lamanya mendapatkan pendidikan. Ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh positif terhadap besarnya alokasi infak rumah tangga. Sedangkan variabel-variabel lainnya seperti keimanan, penghargaan, kepuasan diri, pekerjaan dan jumlah tanggungan tidak memiliki pengaruh nyata terhadap alokasi infak rumah tangga.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Vita Nayunda (2015) yang membahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi alokasi infak rumah tangga menyimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi alokasi infak adalah pendapatan, keimanan dan umur ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh positif terhadap alokasi infak.

Penelitian mengenai infak belum banyak dilakukan di Indonesia, khususnya pada generasi milenial. Berdasarkan fenomena-fenomena di atas penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai *“Perilaku Berinfak Generasi Milenial: Analisis Faktor Sikap Itsar, Kepuasan Diri Dan Perilaku Penggunaan Media Sosial”*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu :

1. Potensi infak yang besar di Indonesia belum didukung oleh pencapaian penghimpunan infak di lapangan (Badan Amil Zakat, 2018).

Rosa Rosita, 2019

PERILAKU BERINFAK GENERASI MILENIAL : ANALISIS FAKTOR SIKAP ITSAR, KEPUASAN DIRI DAN PERILAKU PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL (STUDI KASUS MAHASISWA DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2. Generasi milenial di Kota Bandung berpotensi menjadi penyumbang terbesar infak, namun menurut riset yang dilakukan oleh Provetic terhadap generasi milenial menunjukkan mayoritas responden menjadikan belanja sebagai salah satu prioritas mereka (Sugianto & Brahmana, 2018).

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat disusun pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana perilaku berinfak, sikap *itsar*, kepuasan diri dan perilaku penggunaan media sosial pada generasi milenial mahasiswa di Kota Bandung?
2. Apakah sikap *itsar* berpengaruh terhadap perilaku berinfak generasi milenial mahasiswa di Kota Bandung?
3. Apakah kepuasan diri berpengaruh terhadap perilaku berinfak generasi mahasiswa di Kota Bandung ?
4. Apakah perilaku penggunaan media sosial berpengaruh terhadap perilaku berinfak generasi milenial mahasiswa di Kota Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan, maka secara umum tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh pengetahuan tentang pengaruh sikap *itsar*, kepuasan diri dan perilaku penggunaan media sosial terhadap perilaku berinfak generasi milenial.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan penulis dari penelitian ini, yaitu dapat berguna baik secara teoritis maupun secara praktis. Kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan terhadap ilmu pengetahuan dan dapat dijadikan referensi yang relevan bagi mereka yang akan melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai infak.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi para *stakeholders* pengelola infak di Indonesia dan memberikan informasi yang dibutuhkan sebagai upaya untuk meningkatkan penghimpunan infak di Indonesia.