

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Adanya potensi zakat yang sangat besar di Indonesia, mendorong berbagai pihak untuk terus melakukan strategi terkumpulnya zakat guna membantu memecahkan permasalahan sosial yang ada di Indonesia (Kholid, 2018). Besarnya potensi tersebut pada kenyataannya belum dapat terealisasi secara optimal. Hal ini dapat terlihat dari dana zakat yang baru terhimpun sebesar 1% dari potensi yang diharapkan (BAZNAS, 2019). Lembaga zakat telah melakukan digitalisasi dengan menggunakan teknologi dan internet sebagai media untuk manajemen zakat. Hal tersebut karena teknologi mampu untuk memberikan manfaat dalam meningkatkan kinerja industri menuju performa yang lebih baik (BAZNAS, 2020).

Platform pembayaran zakat secara digital telah mampu meningkatkan jumlah pembayaran zakat muzaki secara *online*. Menurut Ketua BAZNAS, pihak BAZNAS telah memberikan perhatian lebih terhadap penghimpunan zakat melalui digital. Pada tahun 2017 pengumpulan zakat melalui digital mencapai 2% dari total penghimpunan zakat, pada tahun 2018 mencapai 6% dan kemudian BAZNAS menargetkan pada tahun 2019 dan 2020 masing-masing mencapai 15% dan 30% (Irhamsyah, 2019). Meskipun pengumpulan zakat melalui digital terus mengalami peningkatan, namun masih belum banyak zakat yang dikumpulkan melalui platform, karena jumlah pembayaran muzaki non tunai masih sedikit jika dibandingkan dengan jumlah pembayaran muzaki secara tunai. Sehingga, penggunaan terhadap platform zakat masih belum optimal (W Mahri, Nuryahya, & Nurasyiah, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa minat masyarakat dalam menyalurkan zakat, infak, dan shodaqoh melalui digital masih rendah.

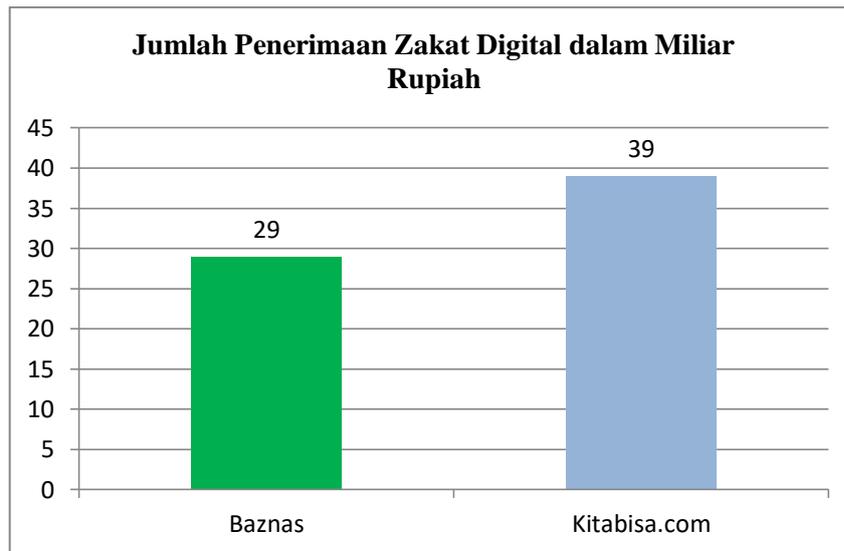
Inovasi digital bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dari pelaksanaan zakat dan untuk mencapai pengumpulan zakat sesuai dengan target yang telah ditetapkan. Dalam menambah manfaat dari *financial technology* sebagai metode untuk memfasilitasi masyarakat dalam membayar zakat, infaq dan *Shodaqoh*, tidak dapat dipungkiri bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi

masyarakat dalam menyalurkan dananya melalui digital (Aristiana, Waluyo, & Muchtasib, 2019).

Perkembangan *financial technology* melalui perbankan digital mempunyai penetrasi pasar yang besar di Indonesia. Terdapat sekitar 50% atau 133 juta populasi masyarakat Indonesia yang merupakan pengguna internet dan 49% atau sekitar 130 juta orang merupakan pengguna sosial media aktif (Hijriana, Nisa F, & Nugroho, 2018). Data ini menandakan bahwa potensi zakat Indonesia dapat tercapai dengan banyaknya pengguna internet di Indonesia. Hal ini didukung pula oleh 27 *financial technology* syariah yang tersedia di Indonesia (republika.co.id, 2018).

Mengingat adanya pertumbuhan dalam pengumpulan dana zakat, masyarakat dihadapkan pada kebutuhan untuk efisiensi dalam menyalurkan zakat (Manara, Permata, & Pranjoto, 2018). Oleh karenanya strategi dalam pengumpulan dana zakat terus dilakukan oleh berbagai Organisasi Pengelola Zakat untuk mencapai potensi yang diharapkan. Salah satunya adalah melakukan inovasi dengan pembayaran zakat, infak, dan *Shodaqoh* melalui platform *crowdfunding* seperti kitabisa.com yang telah bekerjasama dengan 5 Lembaga Amil Zakat. Pada saat melakukan pembayaran melalui platform ini, muzaki dapat memantau rencana, *update*, maupun penyaluran zakat sehingga hal ini dapat menguatkan kepercayaan muzakki dalam menyalurkan zakatnya (BAZNAS, 2019). Hal ini dilakukan sebagai strategi atau upaya untuk meningkatkan penerimaan zakat agar dapat mencapai potensi zakat yang diharapkan (Kholid, 2018).

Ketua Baznas, Bambang Sudibyo menyampaikan, bahwa hingga Oktober 2019 dana zakat yang telah dikumpulkan melalui layanan digital telah menyentuh angka Rp29 miliar (Pikiran Rakyat, 2019). Sementara itu, jumlah dana zakat yang terkumpul melalui platform *crowdfunding* kitabisa.com mencapai Rp39 miliar dari lima lembaga amil zakat yang berkolaborasi (Kitabisa.com, 2020).



**Grafik 1.1**  
**Jumlah Penerimaan Zakat Digital Melalui BAZNAS dan Crowdfunding**  
**Kitabisa.com**

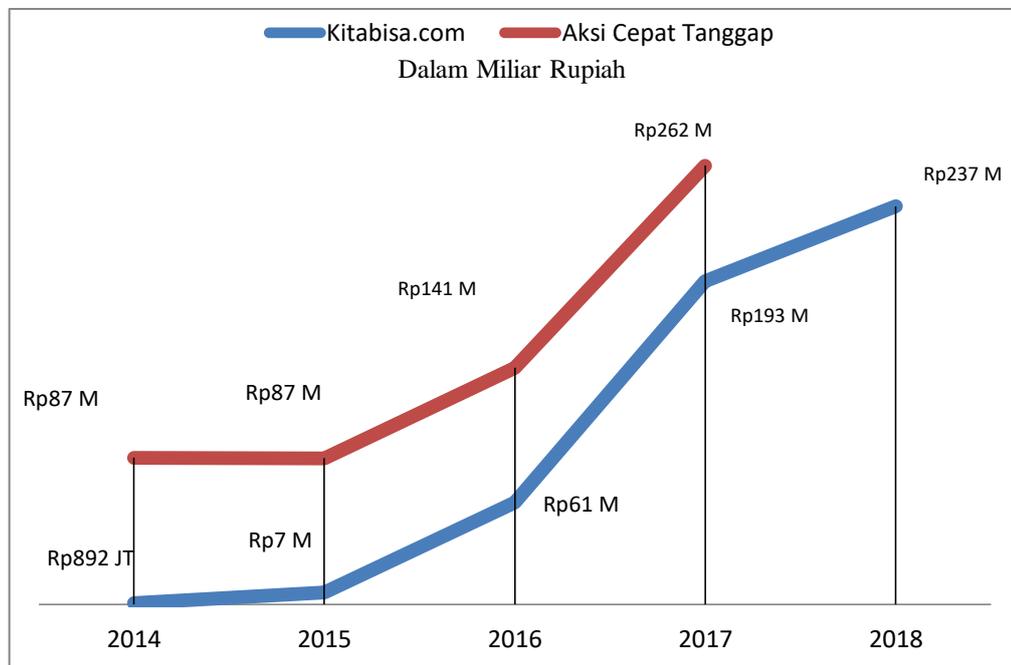
Sumber : BAZNAS dan Kitabisa.com, diolah (2019)

Berdasarkan pada gambar di atas, dapat terlihat jika *crowdfunding* memiliki potensi yang sangat besar sebagai media penghimpunan dana. Dalam pelaksanaannya, *crowdfunding* tentu bisa menjadi ancaman bagi lembaga zakat jika tidak melakukan kerjasama. Hal ini dikarenakan banyaknya masyarakat yang melakukan pembayaran ZIS melalui platform *crowdfunding*. Namun tentu pula platform *crowdfunding* ini dapat menjadi peluang untuk meningkatkan penghimpunan zakat, seperti yang disampaikan oleh Platform Data Global yang melaporkan bahwa dana yang terkumpul melalui *crowdfunding* di Asia yaitu sebesar Rp150 triliun dan dana yang dihimpun melalui *crowdfunding* di Amerika Serikat mencapai US\$17,2 miliar atau sekitar Rp246 triliun (CNBC Indonesia, 2019).

Sejak terbentuk pada tahun 2013, jumlah masyarakat yang bergabung atau telah melakukan pembayaran ZIS pada platform *crowdfunding* kitabisa.com adalah sebanyak 1.831.525 orang dengan 22.401 *campaign* terdani serta sebanyak Rp638 miliar pembayaran ZIS yang telah tersalurkan berdasarkan data per Maret 2019 (Kitabisa.com, 2020). Berdasarkan data Baznas, pembayaran zakat digital meningkat sebesar 12% sejak menjamurnya platform *e-commerce* pada tahun 2016 yang memberikan layanan untuk menunaikan zakat (CNBC

Indonesia, 2018). Salah satu hal yang menarik adalah Indonesia merupakan salah satu negara yang senang untuk berbagi. The Charities Foundation 2017 mengungkapkan data index berbagi dari 139 negara di dunia dan Indonesia menempati urutan kedua setelah Myanmar. Index dari senang berbagi dapat terlihat dari kerelaan seseorang untuk mendonasikan uang, membantu sesama, dan berpartisipasi menjadi sukarelawan dalam berbagai kegiatan (Afridiana, Rohman, & Ningsih, 2018).

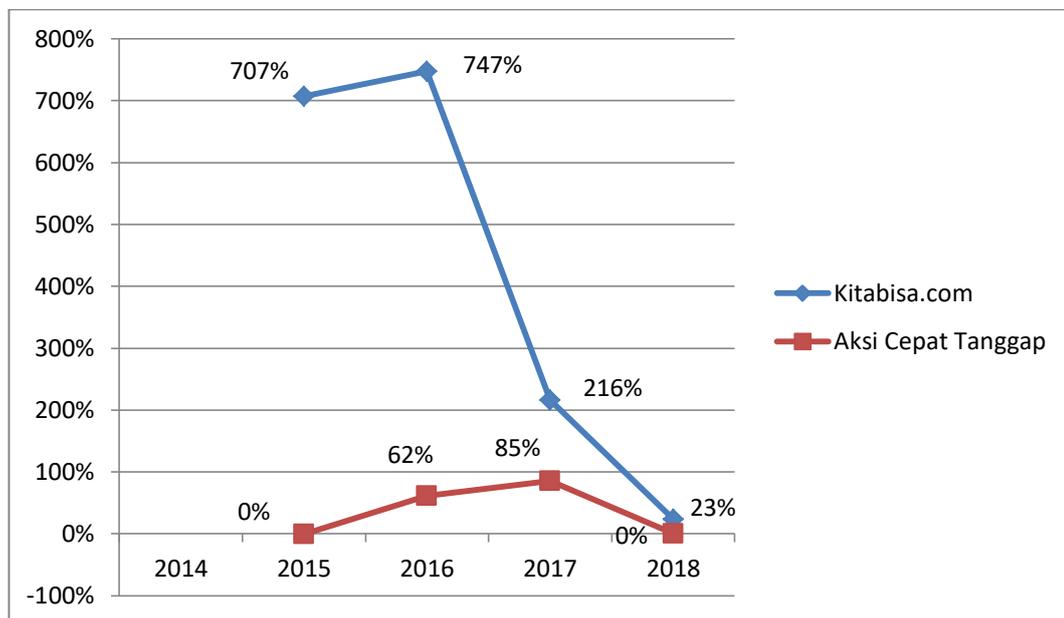
Platform *crowdfunding* kitabisa.com dan Aksi Cepat Tanggap ini menunjukkan tingkat pembayaran ZIS yang terus menerus mengalami peningkatan. Hal tersebut dapat terlihat dari data berikut ini:



**Grafik 1.2**  
**Laporan Pembayaran ZIS Kitabisa.com dan Aksi Cepat Tanggap**  
*Sumber :Kitabisa.com (2018) dan Aziz, et.al (2019)*

Berdasarkan data di atas, dapat terlihat bahwa jumlah pembayaran ZIS yang diterima oleh platform *crowdfunding*, baik itu platform *crowdfunding* Kitabisa.com ataupun Aksi Cepat Tanggap, selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Adapun platform *crowdfunding* ayopeduli.id telah berhasil menghimpun dana ZIS sebesar Rp386.631.450 dari 13 *campaign* yang dipublikasikan (Ayopeduli.id, 2020). Namun, jika dilihat dari angka persentasi, maka akan ditemukan bahwa tingkat persentasi jumlah penerimaan dana ZIS dari

tahun ke tahun dari platform *crowdfunding* Kitabisa.com dan Aksi Cepat Tanggap mengalami penurunan yang cukup signifikan, yaitu sebagai berikut:



**Grafik 1.3**  
**Tingkat Persentasi Perubahan Jumlah Pembayaran ZIS**

Sumber: (Kitabisa.com, 2018) dan Aziz, et.al (2019)

Adanya gap antara jumlah peningkatan jumlah dana ZIS di platform *crowdfunding* dengan penurunan persentasi pengumpulan dananya, mengindikasikan bahwa terjadi penurunan niat masyarakat dalam menyalurkan ZIS melalui platform *crowdfunding*. Proses *crowdfunding* tentu memiliki berbagai mekanisme atau cara dalam menggaet investornya dengan melakukan berbagai macam kampanye, tetapi tidak semua kampanye yang terdapat di platform *crowdfunding* khususnya kitabisa.com terdani karena tidak semua proyek sosial memiliki kuantitas pendanaan yang signifikan (Sitanggang, 2018).

Penurunan intensi masyarakat dalam menyalurkan ZIS akan berdampak pada perekonomian negara, salah satunya adalah peningkatan jumlah kemiskinan. ZIS merupakan pilanthorpy yang mampu untuk mengurangi tingkat kemiskinan. Hal ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mubarokah (2017) yang menemukan bahwa dengan tersalurkannya zakat, tingkat pendapatan dan tingkat kesejahteraan rumah tangga *mustahik* mengalami peningkatan serta terdapat peningkatan spiritual *mustahik*. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa penurunan intensi dalam membayar ZIS melalui lembaga zakat, salah satunya

melalui platform *crowdfunding* mempunyai dampak yang cukup besar bagi perekonomian dan kesejahteraan *mustahiq* atau penerima ZIS.

Dibalik potensi platform *crowdfunding* yang sangat besar tersebut, Indonesia merupakan negara yang mempunyai platform *crowdfunding* paling banyak jika dibandingkan dengan negara lain seperti India, Malaysia, Philipina, Pakistan dan lainnya. Alliedcrowd menyebutkan pada tahun 2018, Indonesia memiliki sebanyak 61 platform *crowdfunding*, namun hanya 14 diantaranya yang masih aktif dan 47 diantaranya tidak aktif (Nugroho & Rachmaniyah, 2019).

Berdasarkan pada uraian di atas, dapat disebutkan bahwa adanya *gap* mengenai jumlah dana zakat yang dapat dihimpun oleh Baznas dan dana zakat yang berhasil dihimpun oleh *crowdfunding*. Besarnya dana yang dapat dihimpun oleh *crowdfunding* menandakan bahwa masyarakat mempunyai ketertarikan khusus dalam menyalurkan pembayaran ZISnya melalui penggunaan platform *crowdfunding*. Hal ini karena keberadaan platform *crowdfunding* sangat membantu dalam pengumpulan dan penyaluran dana zakat. Namun, disisi lain banyak platform *crowdfunding* yang kemudian tidak aktif dan menyebabkan berkurangnya partisipasi masyarakat dalam melakukan pembayaran ZIS melalui *crowdfunding*. Banyaknya usaha yang dilakukan oleh lembaga zakat dalam menggandeng *crowdfunding* tentu tidak akan bisa sukses tanpa adanya dukungan dari muzaki itu sendiri (Kholid, 2018).

Teori yang menjelaskan mengenai perilaku seseorang dalam penerimaan dan penggunaan sistem informasi dan teknologi oleh individu menurut Davis (1989) adalah dengan menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM). Dalam TAM, terdapat dua faktor utama yaitu manfaat yang dirasakan dan persepsi kemudahan penggunaan. Kedua faktor ini dipengaruhi oleh variabel eksternal. Faktor eksternal utama yang biasanya terwujud adalah faktor sosial, faktor budaya, dan faktor politik (Surendran, 2012).

Penelitian mengenai perilaku masyarakat dalam menggunakan *donation-crowdfunding* belum banyak ditemukan terutama untuk penelitian yang menggunakan teori *Technology Acceptance Model*. Namun terdapat beberapa penelitian terkait penerimaan teknologi pada beberapa bidang, diantaranya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Li, He, Song, Yang & Zhou (2017) yang

menjelaskan mengenai faktor-faktor yang memberikan pengaruh kepada niat donatur dalam melakukan donasi melalui *crowdfunding* dengan menggunakan model UTAUT. Hasil penelitiannya menyebutkan bahwa pengaruh sosial, tingkat kepercayaan, harapan usaha, harapan kinerja berpengaruh secara signifikan terhadap niat untuk melakukan donasi di platform *crowdfunding*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Islam & Khan (2019) yang menyebutkan bahwa faktor kepercayaan berpengaruh signifikan dalam mempengaruhi niat berperilaku pengusaha untuk mengadopsi *crowdfunding*, namun tidak terdapat hubungan antara niat berperilaku dengan penggunaan senyatanya. Penelitian lain yang dilakukan oleh Asmy (2019) yang menggunakan model TAM menemukan bahwa persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat pembayaran dengan zakat menggunakan *Integrated Zakat-Crowdfunding Model (IZCM)*. Sementara itu, penelitian lainnya yang menganalisis mengenai perilaku seseorang dalam menggunakan digital dilakukan oleh Patel (2018) yang menemukan bahwa faktor keamanan yang dirasakan merupakan faktor penentu paling kuat yang kemudian diikuti oleh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan dan pengaruh sosial dari niat pelanggan untuk menggunakan *internet banking* di Gujarat, India. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Jamshidi (2016) mengenai penerimaan kartu kredit syariah di Malaysia menemukan bahwa faktor kepercayaan menjelaskan sebesar 57.1 persen variasi perilaku penggunaan kartu kredit syariah. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Hanggono (2015) dan Muntianah (2017) menyebutkan bahwa niat berperilaku untuk menggunakan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap kondisi penggunaan secara aktual.

Pada bagian lain, penelitian yang dilakukan oleh Sayekti, et.al (2016) mengenai penerimaan Sistem Informasi Keuangan Daerah (SIPKD) menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan mampu mempengaruhi penggunaan SIPKD sedangkan persepsi kegunaan tidak mempunyai pengaruh terhadap penggunaan SIPKD. Sejalan dengan hal itu, penelitian yang dilakukan oleh Bashir (2015) menyebutkan bahwa kepercayaan (*trust*), pengaruh sosial (*social influence*), kenikmatan yang dirasakan (*perceived enjoyment*), persepsi risiko (*perceived risk*) dan sikap (*attitude towards IBS*) mempunyai pengaruh signifikan

terhadap niat berperilaku (*behavioral intention*) dalam menggunakan *internet banking*. Namun persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan menggunakan (*perceived ease of use*) tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap niat berperilaku (*behavioral intention*). Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Rahmawaty (2016) menemukan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh positif terhadap niat menggunakan *internet banking*.

Banyaknya masyarakat yang telah berpartisipasi dalam menyalurkan zakat, infak, *Shodaqoh*, dan wakafnya melalui platform *crowdfunding* menjadi salah satu hal yang menarik untuk diteliti. Tidak hanya itu, pada penelitian dan pemaparan para ahli di atas menunjukkan bahwa adanya *research gap* antara berbagai hasil penelitian mengenai penerimaan teknologi menggunakan model *Technology Acceptance Model*. Oleh karenanya penelitian ini dilakukan untuk mengkaji mengenai bagaimana perilaku masyarakat dalam menyalurkan dana ZIS menggunakan platform *crowdfunding* dengan menggunakan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan menambahkan variabel kepercayaan (*trust*). Hal ini karena menurut Gefen, et.al (2003) kepercayaan merupakan aspek sentral dalam banyak transaksi ekonomi karena kebutuhan manusia yang mendalam untuk memahami lingkungan sosial. Reichheld dalam Gefen (2003) menyebutkan bahwa kepercayaan sangat penting dalam berbagai transaksi, terutama yang mengandung unsur risiko. Kepercayaan selalu menjadi elemen penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen serta kurangnya kepercayaan disebut sebagai salah satu alasan utama mengapa konsumen tidak terlibat dalam *e-commerce* (Pavlou, 2003).

Penelitian mengenai penerimaan dan perilaku masyarakat dalam menyalurkan ZIS melalui platform *crowdfunding* belum banyak ditemukan di Indonesia maupun pada jurnal internasional. Sehingga mendorong penulis untuk melakukan penelitian ini karena adanya inkonsistensi hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya dan untuk menguji kembali teori *Technology Acceptance Model* (TAM) terhadap platform *crowdfunding*. Maka dari itu, judul penelitian yang diajukan adalah **“Intensi Masyarakat dalam Menyalurkan ZIS melalui Penggunaan Platform *Crowdfunding* di Indonesia”**

## 1.2 Identifikasi Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang penelitian di atas, maka terdapat beberapa permasalahan dalam penelitian ini, yaitu tingkat pengumpulan dana zakat yang masih belum dapat mencapai potensi yang diharapkan (BAZNAS, 2020). Besarnya potensi zakat tersebut memicu berbagai pihak untuk meningkatkan tingkat penghimpunan zakat, salah satunya adalah dengan menggunakan digitalisasi zakat. Namun, banyaknya usaha yang dilakukan oleh lembaga zakat dalam menghimpun dana zakat melalui digital tidak akan berarti manakala muzaki tidak mau untuk menggunakan platform digital, salah satunya adalah platform *crowdfunding* (Kholid, 2018). Hal itu berdampak pada fakta bahwa jumlah pembayaran muzaki non tunai masih sedikit jika dibandingkan dengan jumlah pembayaran muzaki secara tunai (W Mahri, Nuryahya, & Nurasyiah, 2019). Banyaknya masyarakat yang lebih banyak menyalurkan dana zakat dengan menggunakan platform *crowdfunding* daripada melalui BAZNAS membuktikan bahwa masyarakat lebih tertarik menggunakan platform *crowdfunding*. Namun, disisi lain hanya sebanyak 14 *crowdfunding* dari 61 *crowdfunding* di Indonesia yang masih aktif berjalan (Nugroho & Rachmaniyah, 2019). Tidak hanya itu, masih terdapat *research gap* diantara beberapa hasil penelitian terdahulu mengenai penerimaan teknologi terhadap beberapa bidang digital.

Oleh karena itu, maka disusunlah pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), kepercayaan (*trust*) dan intensitas berperilaku (*behavioral intention*) platform *crowdfunding* pada masyarakat di Indonesia?
2. Apakah terdapat pengaruh positif persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dalam menggunakan platform *crowdfunding* terhadap intensitas berperilaku (*behavioral intention*) dalam menggunakan platform *crowdfunding*?
3. Apakah terdapat pengaruh positif persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dalam menggunakan platform *crowdfunding* terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dalam menggunakan platform *crowdfunding*?

4. Apakah terdapat pengaruh positif persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dalam menggunakan platform *crowdfunding* terhadap intensitas berperilaku (*behavioral intention*) dalam menggunakan platform *crowdfunding*?
5. Apakah terdapat pengaruh positif kepercayaan (*trust*) dalam menggunakan platform *crowdfunding* terhadap intensitas berperilaku (*behavioral intention*) dalam menggunakan platform *crowdfunding*?
6. Apakah terdapat pengaruh positif kepercayaan (*trust*) dalam menggunakan platform *crowdfunding* terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dalam menggunakan platform *crowdfunding*?
7. Apakah persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dalam menggunakan platform *crowdfunding* memediasi pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) terhadap intensitas berperilaku (*behavioral intention*) dalam menggunakan platform *crowdfunding*?
8. Apakah persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dalam menggunakan platform *crowdfunding* memediasi pengaruh kepercayaan (*trust*) terhadap intensitas berperilaku (*behavioral intention*) dalam menggunakan platform *crowdfunding*?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini secara umum adalah untuk menguji teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan menganalisis mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi intensi masyarakat Indonesia dalam menyalurkan ZIS melalui penggunaan platform *crowdfunding* serta menggunakan beberapa variabel laten eksogen dan variabel laten endogen. Disamping itu, penelitian ini menganalisis bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap intensitas masyarakat Indonesia dalam menyalurkan pembayaran ZIS melalui penggunaan platform *crowdfunding*.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah bermanfaat secara teoritis maupun praktis. Kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Secara umum, hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi penambah wawasan dalam khazanah keilmuan dalam bidang pengelolaan dan pengembangan *crowdfunding*, khususnya dalam aspek pengumpulan dana zakat, infak, dan *shodaqoh* serta pembayarannya menggunakan platform *crowdfunding*.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pengelola zakat dalam melakukan kolaborasi dan peningkatan digitalisasi penghimpunan zakat secara *online* khususnya pada platform *crowdfunding*.