

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Zakat merupakan rukun Islam yang keempat dan ibadah yang wajib dilakukan oleh semua muslim yang telah memenuhi syarat-syarat zakat, kecuali untuk yang tidak mampu seperti fakir miskin. Selain ibadah yang wajib, zakat juga merupakan kegiatan amal sosial kemasyarakatan dan kemanusiaan yang dapat berkembang sesuai dengan perkembangan umat manusia dalam konteks teknologi (Aryani, 2019).

Jika saat ini kaum muslimin sudah sangat memahami mengenai kewajiban shalat dan manfaatnya dalam membentuk keshalehan pribadi. Namun, tidak demikian pemahamannya terhadap kewajiban terhadap zakat yang berfungsi untuk membentuk keshalehan sosial. Pemahaman shalat sudah merata di kalangan kaum muslim, namun belum demikian dengan zakat. Dinamika ekonomi manusia dalam tata aturan hidup telah menjadi kodrat manusiawi, pada kenyataannya kaya dan miskin menjadi sesuatu yang tidak bisa dipungkiri. Dalam konstruk ini muncul kewajiban menafkahkan sebagian rezeki kepada orang lain, kewajiban tersebut dikenal dengan zakat (Saprida, 2015).

Indonesia merupakan negara dengan penduduk mayoritas muslim terbesar di dunia mencapai 203 juta jiwa (Juliana, Rahayu, & Wardhani, 2020). Ini merupakan potensi yang sangat baik untuk mengembangkan ekonomi, keuangan, dan filantropi islam di tanah air (Fawwaz, Juliana, Cakhyaneu, Muhammad, & Marlina, 2020).

Sebagai agama mayoritas di Indonesia islam pada dasarnya memiliki aturan sosial yang baik, sehingga dapat diimplementasi dalam pemecahan masalah sosial. Salah satu dari aturan tersebut adalah anjuran untuk melaksanakan zakat. Terdapat berbagai anjuran maupun keutaman dalam menunaikan zakat yang terdapat dalam Al-Quran, seperti dalam surat Al-Baqarah 261, At-Taubah 104, Yusuf 88, Ar-Raad 22, dan lain sebagainya (Kholid, 2018). Bila menilik Indonesia sebagai negara dengan mayoritas muslim, maka potensi zakat akan menjadi sangat besar. Indonesia mempunyai potensi zakat yang sangat besar, tercatat pada tahun 2020 mencapai Rp 330 triliun dengan target realisasinya adalah Rp 12 triliun. Sementara itu, realisasi

zakat di tahun lalu 2019 mencapai Rp 10 triliun. Belum tercapainya realisasi potensi penghimpunan zakat dan kurang bermanfaatnya distribusi zakat diakibatkan karena belum maksimalnya kinerja Lembaga Amil Zakat (Yuliasih, Juliana, & Rosida, 2021). Hal ini didukung penelitian (Nurjanah, Kusnendi, & Juliana, 2019) menyatakan bahwa distribusi zakat tidak berdampak pada tingkat kemiskinan. Selain itu masih rendahnya realisasi zakat, karena manajemen pengelolaan zakat masih kurang efektif dan efisien (Monoarfa, Nisa, & Adirestuty, 2021) dan salah satunya juga diakibatkan literasi zakat yang masih rendah (Wulandari, 2020).

Rendahnya literasi zakat berkaitan dengan keterbatasan pemahaman umat Islam tentang arti dan esensi zakat. Padahal, kesadaran dan pemahaman mengenai zakat pada masyarakat ini sangat penting untuk dapat mengoptimalkan dana zakat dari umat Islam. Jika potensi zakat dapat terealisasi dengan baik, maka berbagai persoalan masyarakat juga dapat teratasi, setidaknya akan diperoleh solusi secara konkret dan cepat untuk mengatasi permasalahan-permasalahan yang terjadi, terutama permasalahan kemiskinan di Indonesia (Sudjatmiko, 2018). Selain itu, rendahnya pengetahuan tentang fikih zakat ini menyebabkan rendahnya kesadaran menunaikan zakat bagi masyarakat. Banyak masyarakat yang tidak mengetahui apakah dirinya sudah wajib zakat atau belum, bagaimana pentingnya kedudukan zakat dalam agama Islam, bagaimana beratnya ancaman Allah bagi orang yang tidak menunaikan zakat, dan bagaimana cara menyalurkan zakat dengan benar (Huda, Anggraini, Mardoni, & Rini, 2014).

Terkait dengan literasi zakat, untuk saat ini belum ditemukan definisi absolut dalam buku tekstual maupun kajian-kajian penelitian tentang literasi zakat, sehingga definisi literasi zakat secara langsung belum ditemukan. Namun jika dipadankan dengan definisi literasi secara umum, maka dari itu literasi zakat dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang dalam membaca, memahami, menghitung dan mengakses informasi tentang zakat yang pada akhirnya tingkat kesadaran dalam membayar zakat akan semakin tinggi (Puskas Baznas, 2019).

Faktor yang bisa dijadikan tolak ukur literasi seseorang terhadap zakat yaitu pemahaman mengenai fiqh zakat, seperti pemahaman tentang berapa jumlah minimal harta yang wajib dikeluarkan zakatnya dan jenis harta apa saja yang wajib dikeluarkan zakatnya, mengetahui golongan yang berhak menerima zakat dan

golongan yang wajib mengeluarkan zakat, mengetahui komposisi perhitungan zakat yang harus dikeluarkan, dan mengetahui jenis-jenis harta apa saja yang wajib dikeluarkan zakatnya (Asminar, 2017).

Pemahaman dapat memberikan dasar bagi muzakki untuk bertindak dan patuh menjalankan suatu kewajiban. Pemahaman zakat muzakki meliputi seberapa jauh muzakki mengetahui mengenai makna zakat, seberapa jauh muzakki mengetahui tujuan dari dilaksanakannya zakat, serta sejauh mana muzakki mengetahui dan memahami aturan-aturan dalam menunaikan zakat. Menurut Qardawi pemahaman dan pengetahuan mengenai ketentuan Islam dan zakat memberikan pengaruh terhadap perilaku membayar zakat (Amirullah, 2016).

Potensi besar zakat di Indonesia di dominasi dari tiga provinsi di pulau Jawa yaitu DKI Jakarta, Jawa Tengah, Jawa Barat, salah satunya provinsi Jawa Barat mempunyai potensi zakat mencapai Rp 26,845 triliun (Baznasjabar, 2019). Hal ini di karenakan jumlah penduduk mayoritas di provinsi Jawa Barat beragama islam. Berikut merupakan data jumlah penganut agama di Jawa Barat:

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Penganut Agama di Jawa Barat Tahun 2020**

No.	Agama	Jumlah
1.	Islam	42.589.118
2.	Kristen Protestan	2.178.002
3.	Kristen Katolik	311.679
4.	Hindu	50.175
5.	Budha	202.115
6.	Lainnya	13.427

*Sumber: BPS (2020)*

Dari data tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa agama mayoritas di Jawa Barat ialah islam, hal ini mempengaruhi potensi muzakki di Jawa Barat, berdasarkan puszkas baznas besarnya potensi muzakki di Jawa Barat sebesar 32.442.319 jiwa atau sekitar 65,7% dari total populasi di Jawa Barat. Namun berdasarkan survei IZN baru merealisasikan potensi muzakki sebesar 1.084.023 jiwa atau sekitar 3,34% dari potensi muzakki yang ada di Jawa Barat. Hal ini memicu berbagai pihak untuk dapat meningkatkan terkumpulnya zakat untuk membantu memecahkan berbagai persoalan masalah sosial yang ada (Kitabisa.com,

2018). Salah satu inovasi yang muncul ialah mengaitkan pengumpulan zakat dengan teknologi dan internet, yaitu menggunakan platform digital. Keunggulan dari platform digital diantaranya: pertama, inovasi, dengan adanya platform digital ini bisa memunculkan ide-ide baru dalam merancang strategi melalui platform digital. Kedua, inklusivitas, melalui platform digital, segala macam layanan dapat dengan mudah menjangkau orang banyak di berbagai daerah. Ketiga, efisiensi, tentu dengan berkembangnya inovasi platform digital, otomatis akan ada efisiensi, baik dari segi manufaktur maupun pemasaran (Kurnia, 2018). Inovasi digital bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dari pelaksanaan zakat dan untuk mencapai pengumpulan zakat sesuai dengan target yang telah ditetapkan. Dalam menambah manfaat dari platform digital sebagai metode untuk memfasilitasi masyarakat dalam membayar zakat (Aristiana, Waluyo, & Muchtasib, 2019).

Di era industri 4.0, dimana penghimpunan zakat mulai memanfaatkan teknologi digital sehingga mempermudah penghimpunan. Namun demikian, masih kurangnya kesadaran masyarakat dalam membayar zakat menjadi tantangan utama bagi penghimpunan zakat (KNEKS, 2018).

Salah satu media platform digital adalah *crowdfunding*, *crowdfunding* bisa menjadi media untuk penghimpunan dana zakat, berikut ini merupakan *crowdfunding* zakat yang ada di Jawa Barat:

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Crowdfunding Zakat di Jawa Barat**

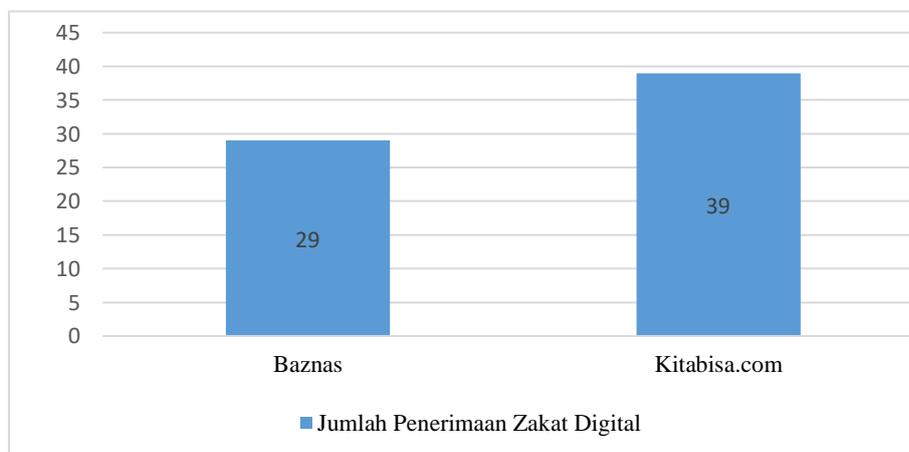
<i>Crowdfunding</i>	Lembaga Zakat
AmalSholeh.com	Laznas PYI Yatim dan Zakat
Human Initiative	PKPU
Sharing Happiness	Rumah Zakat
Rumahamal.org	Rumah Amal Salman
Sinergifoundation.org	Sinergi Foundation

*Sumber: Nasar, diolah (2021)*

Penghimpunan zakat melalui *crowdfunding* dapat meningkatkan realisasi penghimpunan zakat, terbukti platform pembayaran zakat secara digital sangat 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 penghimpunan zakat melalui digital mencapai 2% dari total penghimpunan zakat, pada tahun 2018 mencapai 6%,

pada tahun 2019 mencapai 14% dan kemudian BAZNAS menargetkan pada tahun 2020 bisa mencapai 20% - 30% (Irhamsyah, 2019). Meskipun penghimpunan zakat melalui digital terus mengalami peningkatan, namun masih belum banyak zakat yang dikumpulkan melalui platform, karena jumlah pembayaran muzaki non tunai masih sedikit bila dibandingkan dengan jumlah pembayaran muzaki secara tunai. Sehingga, penggunaan terhadap platform zakat masih kurang optimal (Mahri, Nuryahya, & Nurasyiah, 2019).

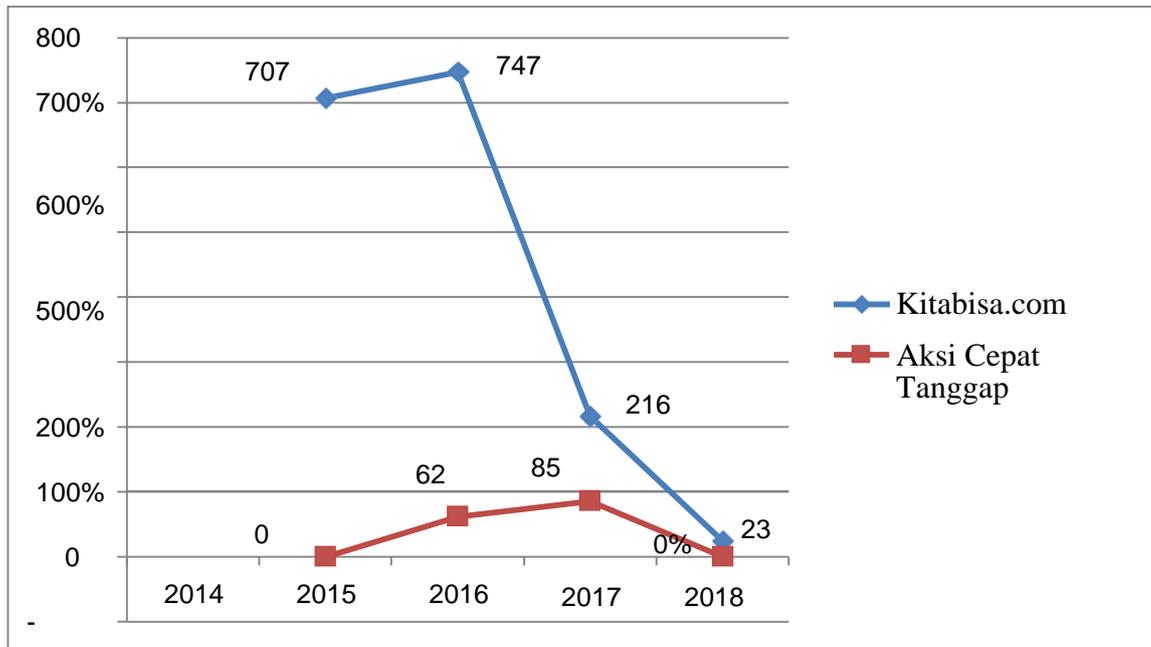
Jika dibandingkan penghimpunan zakat melalui layanan digital dan platform *crowdfunding* pada tahun 2019 terdapat perbedaan. Pada layanan digital hanya mampu menghimpun zakat sebesar Rp29 miliar (Kasumaningrum, 2019). Sementara itu, jumlah dana zakat yang terkumpul melalui platform *crowdfunding* kitabisa.com mencapai Rp39 miliar dari lima lembaga amil zakat yang ikut berkolaborasi (Kitabisa.com, 2020). Artinya menggunakan platform *crowdfunding* dapat meningkatkan penghimpunan zakat lebih banyak dibandingkan dengan layanan digital. Berikut ini data jumlah penerimaan zakat digital melalui Baznas dan *crowdfunding* Kitabisa.com:



**Grafik 1.1**  
**Jumlah Penerimaan Zakat Digital Melalui BAZNAS dan**  
***Crowdfunding* Kitabisa.com (Miliar Rupiah)**  
*Sumber: BAZNAS dan Kitabisa.com, diolah (2019)*

Pada Grafik 1.1, dapat terlihat jika penerimaan zakat digital melalui Baznas pada tahun 2019 hanya sebesar Rp29 Miliar sedangkan penerimaan zakat melalui *crowdfunding* sebesar Rp39 Miliar. Ini menandakan bahwa *crowdfunding* memiliki

potensi yang sangat besar sebagai media penghimpunan dana. Akan tetapi bila dilihat dari angka persentasi, maka akan ditemukan bahwa tingkat persentasi jumlah penerimaan dana zakat dari tahun ke tahun dari platform *crowdfunding* Kitabisa.com dan Aksi Cepat Tanggap mengalami penurunan yang cukup signifikan, yaitu sebagai berikut:

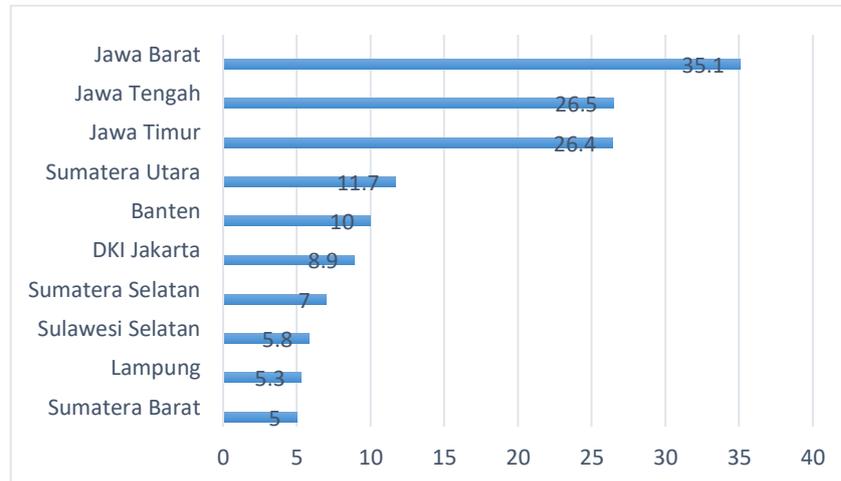


**Grafik 1.2**  
**Tingkat Persentasi Perubahan Jumlah Pembayaran Zakat**  
*Sumber: Kitabisa.com, (2018) dan Aziz (2019)*

Dapat dilihat pada Grafik 1.2, adanya gap antara jumlah peningkatan dana zakat di platform *crowdfunding* dengan penurunan persentasi pengumpulan dananya, menandakan bahwa terjadi penurunan niat masyarakat dalam menyalurkan zakat melalui platform *crowdfunding*. Minimnya pelaku *crowdfunding* dan pengelolaan *crowdfunding* diakibatkan karena kurangnya literasi mengenai *crowdfunding* (Nugroho & Rachmaniyah, 2019).

Padahal jika kita melihat data pengguna internet di Indonesia sangat banyak, khususnya di provinsi Jawa Barat sendiri sebagai provinsi dengan pengguna internet terbesar di Indonesia, sehingga ini menjadi potensi untuk meningkatkan jumlah penghimpunan zakat melalui *crowdfunding* karena pengoperasian *crowdfunding* menggunakan media internet. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan pada tahun 2019 – kuartal II 2020 oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa

Internet Indonesia (APJII) mengenai potret penetrasi dari pengguna internet di Jawa Barat, yaitu: pengguna internet di Jawa Barat berjumlah 35,1 juta jiwa dari total populasi penduduk Jawa Barat yang berjumlah 49,94 juta jiwa, artinya terdapat 73% pengguna internet di Jawa Barat (Katadata, 2020).



**Grafik 1.3**  
**Jumlah Pengguna Internet Berdasarkan Provinsi**  
*Sumber: Katadata (2020)*

Pada Grafik 1.3, pengguna internet di Indonesia pada tahun 2019-2020 (Q2) didominasi penduduk provinsi Jawa Barat sebesar 35,1 juta jiwa, itu artinya penduduk di provinsi Jawa Barat mayoritas sudah melek digital. Akan tetapi tidak seimbang dengan penghimpunan zakat melalui *crowdfunding* yang dimana pada tahun 2019 penghimpunan zakat melalui *crowdfunding* hanya 14% dari total penghimpunan zakat. Hal ini menandakan bahwa tingkat literasi mengenai platform *crowdfunding* masih rendah.

Pada penelitian ini dianalisis menggunakan teori literasi digital yang dikemukakan oleh Douglas A.J. Belshaw (2011) yang mendefinisikan literasi digital merupakan pengetahuan dan kecakapan untuk menggunakan media digital, alat-alat komunikasi, atau jaringan dalam menemukan, mengevaluasi, menggunakan, membuat informasi, dan memanfaatkannya secara sehat, bijak, cerdas, cermat, tepat, dan patuh hukum dalam rangka membina komunikasi dan interaksi dalam kehidupan sehari-hari (Kemendikbud, 2017).

Ada delapan elemen esensial untuk mengembangkan kemampuan literasi digital, yang meliputi: (1) kultural, yaitu pemahaman ragam konteks pengguna dunia digital (2) kognitif, daya pikir dalam menilai konten (3) konstruktif, reka cipta

yang ahli dan aktual (4) komunikatif, yaitu memahami kinerja jejaring dan komunikasi di dunia digital (5) percaya diri yang bertanggung jawab (6) kreatif, melakukan hal baru dengan cara baru (7) kritis dalam menyikapi konten dan (8) tanggung jawab secara sosial. Delapan elemen pengembangan literasi digital yang dikemukakan oleh Belshaw saling berkaitan dan sama pentingnya satu sama lain (Dinia & Sari, 2020).

Penelitian mengenai literasi milenial untuk membayar zakat melalui platform digital *crowdfunding* belum banyak ditemukan, terutama untuk penelitian yang menggunakan teori literasi digital. Namun terdapat beberapa penelitian yang terkait dengan delapan variabel dalam teori literasi digital, diantaranya yaitu penelitian yang dilakukan oleh (Benner, 2017) yang menggunakan variabel kultural dengan judul *Cultural Acceptance of Digitalization and Growth of an Economy: A Comparison of East and West Germany*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa aspek kultural pada perubahan digitalisasi dapat meningkatkan PDB negara Jerman Timur sebesar 0.0001% sedangkan Jerman Barat meningkat sebesar 0.0007%. Hal ini sejalan dengan penelitian dari (Castano, Mendez, & Galindo, 2015) dengan judul *The effect of social, cultural, and economic factors on entrepreneurship*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel sosial, kultural dan ekonomi berpengaruh terhadap kewirausahaan baik secara empiris maupun secara teoritis. Hal ini diperkuat juga oleh penelitian (Lin & Wen-Hsien, 2018) dengan judul *Cultural Effects on Use of Online Social Media for Health-Related Information Acquisition and Sharing in Taiwan*. Hasil penelitiannya menyatakan budaya dapat mempengaruhi penggunaan media sosial untuk memperoleh informasi seputar kesehatan warga Taiwan.

Penelitian lain yang dilakukan oleh (Prayogo, Susanto, & Sriyanto, 2016) yang menggunakan variabel kognitif dengan judul Analisis Pengaruh Faktor Kognitif dan Faktor Afektif terhadap *Usability* Situs *E-Commerce*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa faktor kognitif mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap *usability* situs *ecommerce* Lazada dan Zalora, artinya, nilai faktor kognitif akan meningkatkan nilai *usability* situs *ecommerce*. Hal ini sejalan dengan penelitian dari (Sutrisno, Nugroho, & Irawati, 2014) dengan judul Hubungan Antara Kemampuan Kognitif Dan Kemampuan Psikomotorik di Bidang

Teknologi Informasi Dan Komunikasi Di SMP Negeri 21 Surakarta. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa kemampuan kognitif memiliki pengaruh positif terhadap kemampuan psikomotorik siswa dalam penguasaan bidang teknologi, informasi dan komunikasi siswa SMP Negeri 21 Surakarta. Hal ini diperkuat juga oleh penelitian (Khairi, 2016) dengan judul Pengaruh Kemampuan Kognitif Terhadap Prestasi Belajar Matematika Siswa Kelas V SDN Gugus 01 Kecamatan Selaparang. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa kemampuan kognitif berpengaruh positif terhadap prestasi belajar Matematika siswa kelas V SDN Gugus 01 Kecamatan Selaparang Tahun Pelajaran 2018/2019.

Pada bagian lain, penelitian yang dilakukan oleh (Ilyas, 2017) yang menggunakan variabel komunikatif dengan judul *The Effect Of Communicative Approach On Speaking Achievement*. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa Pendekatan komunikatif dapat meningkatkan prestasi berbicara siswa di STAIN Watampone. Hal ini sejalan dengan penelitian dari (Ochoa, Cabrera, Quinonez, Castillo, & Gonzalez, 2016) dengan judul *The Effect of Communicative Activities on EFL Learners' Motivation: A Case of Students in the Amazon Region of Ecuador*. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa kegiatan komunikatif berpengaruh terhadap motivasi siswa dan guru dalam pembelajaran. Hal ini diperkuat juga oleh penelitian (Yunita, Marzuki, & Novitri, 2016) dengan judul *The Effect Of Communicative Activities On The Speaking Ability Of 8<sup>th</sup> Grade Students Of SMPN 23 Pekanbaru*. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa kegiatan komunikatif berpengaruh signifikan dan berdampak positif terhadap kemampuan berbicara siswa kelas 8 SMPN 23 Pekanbaru.

Dengan demikian, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji mengenai bagaimana literasi generasi milenial untuk membayar zakat melalui platform digital *crowdfunding*, menggunakan teori literasi digital dengan tiga variabel utama yaitu kultural, kognitif, dan komunikatif.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan literasi milenial untuk membayar zakat melalui platform digital *crowdfunding*. Pada penelitian ini, penulis menggunakan variabel kultural, kognitif dan komunikatif sebagai variabel pengujian terhadap literasi

milenial untuk membayar zakat melalui platform digital *crowdfunding* di Jawa Barat.

Penelitian tentang literasi *crowdfunding* zakat ini belum banyak dilakukan di Indonesia, sehingga membuat penulis terdorong untuk melakukan penelitian supaya dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh lembaga zakat agar dapat mengoptimalkan penghimpunan melalui platform *crowdfunding* zakat di Jawa Barat. Dengan demikian, judul penelitian skripsi yang diajukan adalah “**Literasi Milenial Untuk Membayar Zakat Melalui Platform Digital *Crowdfunding*: Studi Analisis di Jawa Barat.**”

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang penelitian di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yaitu:

1. Pengguna Internet di Jawa Barat sangat banyak, namun tidak sebanding dengan penghimpunan zakat melalui platform digital *crowdfunding* (APJII, 2020).
2. Kaum muslimin sudah sangat memahami mengenai kewajiban shalat dan manfaatnya dalam membentuk keshalehan pribadi. Namun, tidak demikian pemahamannya terhadap kewajiban berzakat (Saprida, 2015).
3. Masih rendahnya realisasi zakat, salah satunya diakibatkan literasi zakat yang masih rendah (Wulandari, 2020).
4. Adanya penurunan presentasi penghimpunan dana zakat melalui platform *crowdfunding* (Kitabisa.com, 2018).

## 1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran tingkat kultural, kognitif dan komunikatif serta literasi *crowdfunding* zakat pada generasi milenial di Jawa Barat?
2. Apakah variabel kultural berpengaruh terhadap literasi *crowdfunding* zakat pada generasi milenial di Jawa Barat?
3. Apakah variabel kognitif berpengaruh terhadap literasi *crowdfunding* zakat pada generasi milenial di Jawa Barat?

4. Apakah variabel komunikatif berpengaruh terhadap literasi *crowdfunding* zakat pada generasi milenial di Jawa Barat?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan di atas adalah untuk memperoleh gambaran terkait tingkat literasi generasi milenial terhadap *crowdfunding* zakat di Jawa Barat. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui apakah tingkat kultural, kognitif, dan komunikatif berpengaruh terhadap literasi generasi milenial mengenai *crowdfunding* zakat di Jawa Barat.

#### **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

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu ekonomi dan keuangan Islam guna memperkaya konsep dan teori tentang zakat dan literasi *crowdfunding* zakat. Kemudian, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan dan sumber referensi bagi pengembangan penelitian selanjutnya yang relevan.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi para *stakeholders* pengelola zakat di Jawa Barat dan memberikan informasi yang dibutuhkan sebagai upaya untuk meningkatkan pengelolaan zakat dan meningkatkan penghimpunan dana zakat melalui platform digital *crowdfunding* di Jawa Barat.