

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

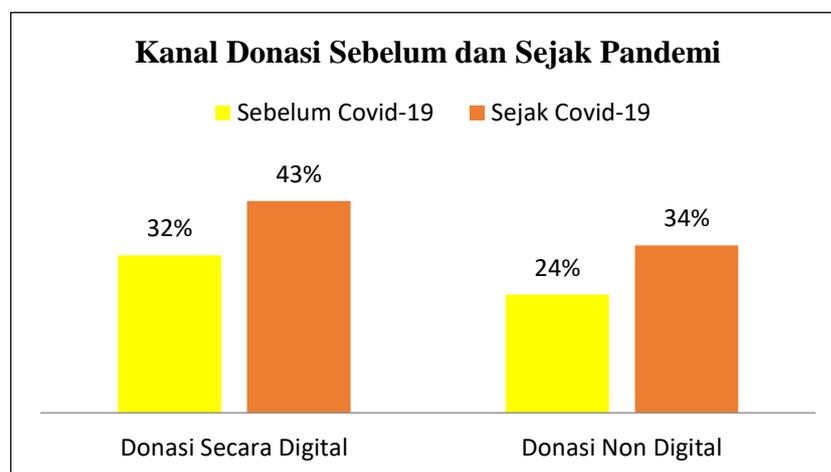
### **I.1 Latar Belakang**

Di zaman yang sudah serba modern ini menjadikan teknologi digital terus mengalami perkembangan. Salah satu yang menjadikan teknologi berkembang adalah ditandai dengan adanya penggunaan *smartphone* dikalangan masyarakat. Pengguna *smartphone* di Indonesia diperkirakan jumlahnya akan meningkat terus dari tahun ke tahun. Di tahun 2015 tercatat hanya terdapat 28,6% dari jumlah populasi di Indonesia yang menggunakan *smartphone*, lalu di tahun 2018 jumlahnya mengalami peningkatan menjadi 56,2% dan setahun setelahnya meningkat lagi sebanyak 63,3%. Hingga di tahun 2025 nanti jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia diprediksi akan meningkat menjadi 89,2% populasi (Pusparisa, 2020)

Dengan banyaknya yang menggunakan *smartphone*, kini masyarakat menjadi bergantung kepada teknologi internet dalam menjalani aktivitas hariannya (Rohim, 2019). Tren jumlah pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan di lima tahun terakhir, dibanding dengan tahun 2018 jumlah pengguna internet nasional saat ini melonjak sebesar 54,25% yaitu sebanyak 204,7 juta (Annur, 2022). Penggunaan teknologi internet memberikan dampak yang besar kepada segala aktivitas masyarakat, kini kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat terasa lebih mudah dan efektif sebab adanya penggunaan teknologi internet. Penggunaan teknologi internet kini dimanfaatkan untuk berbagai macam kegiatan seperti sebagai media pemesanan transportasi online, media belajar online, belanja online dan media pembayaran digital.

Salah satu tren dari teknologi internet yang menjamur masyarakat adalah penggunaan media pembayaran digital, dimana pembayaran digital sendiri adalah pembayaran yang dilakukan dengan berbasis teknologi (Tarantang et al., 2019). Saat ini telah muncul kebiasaan baru pada sistem pembayaran yang dilakukan oleh masyarakat. Transaksi pembayaran saat ini tidak hanya difasilitasi oleh pembayaran tunai saja, namun kini sudah merambah juga dengan menggunakan sistem non-tunai secara elektronik (Febriaty, 2019).

Melihat fenomena yang terjadi di masyarakat menjadikan lembaga amil zakat di Indonesia turut dalam mengembangkan kinerja juga fasilitas-fasilitasnya untuk melayani muzaki khususnya dalam pembayaran zakat. Hampir semua organisasi pengelola zakat saat ini bergerak untuk terus melakukan inovasi digital dalam sosialisasi dan *fundraising*, guna mengoptimalkan penghimpunan zakat (Rohim, 2019). Deputi Baznas mengatakan bahwa perilaku muzaki di Indonesia diprediksi akan mengalami pergeseran, yaitu perilaku muzaki akan bergeser dari transaksi fisik mengarah kepada transaksi digital (Sakinah & Ucu, 2018). Transaksi yang dilakukan dengan menggunakan sistem pembayaran digital tentu lebih memudahkan dan meringankan para muzaki dalam menunaikan zakat, karena muzaki tidak harus datang langsung ke lembaga amil zakat. Ditambah lagi, kini Indonesia sedang mengalami pandemi Covid-19 dimana segala lini kegiatan dan mobilitas masyarakat menjadi dibatasi dan harus dilakukan dengan menaati protokol kesehatan. Menanggapi situasi tersebut Kementerian Agama mengeluarkan surat edaran Menteri Agama Nomor 6 Tahun 2020 yang pada di salah satu butirnya menitikberatkan pada pengumpulan dana zakat dengan meminimalkan kontak fisik (Hasanah, 2021).



Gambar 1. Kanal Berdonasi Sebelum dan Sejak Covid-19

Sumber: Outlook Zakat 2022

Gambar 1. Menunjukkan bahwa pada saat adanya pandemi Covid-19 kanal donasi yang paling sering digunakan oleh masyarakat adalah dengan melalui daring. Karena itu sebagai lembaga yang mengelola donasi publik, lembaga

Lulu Amelia, 2022

PEMANFAATAN SISTEM PEMBAYARAN DIGITAL DALAM OPTIMALISASI DIGITAL FUNDRAISING ZAKAT DI MIZAN AMANAH

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ekonomi Syariah

[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)

pengelola zakat harus merespon dengan cepat tren yang sedang terjadi dikalangan masyarakat (Pusat Kajian Strategis BAZNAS, 2020). Pandemi Covid-19 berhasil mengubah cara berdonasi masyarakat secara simultan baik itu pembayaran zakat, infak dan sedekah maupun donasi umum lainnya (Pusat Kajian Strategis BAZNAS, 2020). Maka lembaga amil zakat harus terus beradaptasi mengikuti situasi dan kondisi, agar bisa menyesuaikan diri dengan keadaan dan perkembangan yang terjadi.

Baznas mengakui bahwa nilai zakat dan donasi daring yang dikumpulkan dalam beberapa tahun ini mengalami peningkatan. Baznas telah mencatat nilai pengumpulan zakat daring terus meningkat dari tahun ke tahun (Firmansyah & Pandamsari, 2020). Dimana hal tersebut bisa dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1. Jumlah Pengumpulan dan Penyaluran ZIS Nasional

|      | Pengumpulan        | Penyaluran         | Daya Serap |
|------|--------------------|--------------------|------------|
| 2019 | 10.227.943.806.555 | 8.688.221.234.354  | 92,77%     |
| 2020 | 12.429.246.447.469 | 11.530.645.166.257 |            |

Sumber: Outlook Zakat 2022

Berdasarkan tabel diatas daya serap dana ZIS yang disalurkan kepada mustahik di tahun 2020 mencapai 92,77%, perhitungan ini merujuk kepada konsep *Allocation to Collection Ratio* (ACR) yang merupakan konsep perbandingan proporsi antara penghimpunan yang dilakukan OPZ dengan dana yang disalurkan oleh OPZ, dimana hal tersebut tertuang pada *Zakat Core Principle*. Jika melihat daya serap tersebut menunjukkan bahwa ACR OPZ di tahun 2020 dikatakan sangat efektif sebab nilai sangat efektif adalah  $> 90\%$  (Pusat Kajian Strategis - Badan Amil Zakat Nasional, 2022). Seiring dengan meningkatnya penggunaan kanal daring dalam penggunaan pembayaran zakat, pengumpulan zakat pada saat ini terus mengalami peningkatan. Hal ini tentu menunjukkan bahwa dengan adanya pembayaran zakat melalui media digital juga memberikan dampak positif, sebab pendapatan zakat jumlahnya semakin meningkat. Pada penelitian (Hasanah, 2021) dikatakan di bulan Januari sampai bulan Mei 2020 tercatat pertumbuhan pengumpulan ZIS melalui kanal digital mencapai 284%, dimana dana ZIS dan

DSKL yang terkumpul jumlahnya mencapai Rp211.864.061.530 dimana mengalami mengalami kenaikan sebesar 70% dibandingkan dengan tahun sebelumnya

Tentu meningkatnya jumlah pendapatan zakat ini tak luput dari usaha para lembaga amil zakat yang terus melakukan dan mengoptimalkan kegiatan *Fundraising*. *Fundraising* sendiri adalah salah satu dasar dari keberlanjutan dan pendukung yang menjadi keberhasilan program dari suatu lembaga atau organisasi (Siregar & Kholid, 2019). Demi mengoptimalkan kegiatan *Fundraising* zakat, maka lembaga zakat perlu menciptakan inovasi dan strategi digital sesuai dengan tren di masyarakat yang sedang berkembang, maka kini kegiatan tersebut dikenal sebagai digital *fundraising*. *Fundraising* harus senantiasa *update* informasi, banyak membaca berita terbaru merupakan suatu diantara beberapa strategi yang sangat dibutuhkan oleh lembaga amil zakat (Ghofur, 2018). Seiring dengan adanya tren pembayaran digital yang menjadi media pembayaran zakat, maka dari itu lembaga amil zakat kini mulai gencar untuk terus mengembangkan sistem pembayaran digital guna melayani muzaki agar lebih mudah dan efisien dalam membayar zakat.

Menurut penelitian (Prastiani et al., 2021) dalam judul *Optimalisasi Perkembangan Zakat Infaq Shadaqah Menggunakan Platform E-Commerce* mengatakan bahwa sepanjang tahun 2020 pengumpulan ZIS melalui *e-commerce* cenderung relatif stabil, selain itu pada penghimpunan zakat mal, donasi, dan zakat fitrah pada April sampai Mei 2020 menunjukkan peningkatan yang signifikan. Di bulan Desember 2020, segmen donasi meningkat hingga lebih dari 50% dibanding dari tahun sebelumnya. Secara akumulatif, pengumpulan donasi di triwulan IV tahun 2020 tercatat sampai 78% dibandingkan dengan donasi di triwulan IV pada 2019.

Lalu pada penelitian (Hasanah, 2021) dengan judul *Analisis Potensi Penerimaan Zakat Melalui E-Commerce Pada Masa Pandemi Covid-19* didapatkan hasil bahwa pada masa pandemi covid-19 zakat online mengalami peningkatan khususnya melalui *e-commerce* dimana hal tersebut sejalan dengan perubahan yang terjadi pada gaya hidup di masyarakat. Keadaan ini menjadi potensi

yang sangat besar untuk terus mengembangkan sistem sesuai dengan kebutuhan muzaki.

Dan dalam penelitian yang dilakukan oleh (Siregar & Kholid, 2019) yang berjudul *Analisis Strategi Fundraising Lembaga Amil Zakat Melalui Platform E-Commerce (Studi Kasus ACT, Dompot Dhuafa, Rumah Zakat)* memiliki hasil penerapan strategi *Fundraising* LAZ melalui *e-commerce* telah berdampak positif terhadap penghimpunan donasi infak, sedekah, wakaf, LAZ ACT, DD, RZ yang bersumber dari masyarakat.

Berdasarkan dari penelitian terdahulu maka yang membedakan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya ialah tempat yang akan dijadikan lokasi penelitian yaitu Mizan Amanah, selain itu penelitian ini dilakukan penelitian ini akan meninjau pula mengenai sistem pembayaran digital yang digunakan untuk pembayaran zakat di Mizan Amanah, yang digunakan untuk menjadi upaya agar kegiatan fundraising zakat dapat dilakukan dengan optimal. Penelitian ini dilakukan pada saat pandemi covid-19 dimana di segala kegiatan masyarakat dilakukan dengan bergantung kepada digital, hal ini yang mendorong pemberlakuan sistem digital pada kegiatan *fundraising* zakat. Sebagai salah satu lembaga amil zakat yang sudah cukup dikenal oleh masyarakat, Mizan Amanah terus mengikuti perkembangan yang terjadi di masyarakat. Mizan Amanah adalah lembaga zakat yang sudah beroperasi kurang lebih 27 tahun dalam mengelola zakat. Mizan amanah merupakan lembaga amil zakat yang konsen kepada pemberdayaan generasi penerus bangsa, melalui jargon gerakan cinta yatim Indonesia (Widad, 2014). Dengan adanya tren pembayaran digital dalam membayar zakat, Mizan Amanah juga memberikan fasilitas pembayaran digital untuk muzaki yang ingin membayar zakat. Kini membayar zakat di Mizan Amanah bisa dilakukan melalui transaksi digital *e-commerce* dan *e-wallet*, bahkan tersedia juga *virtual account* yang secara otomatis ada pada pembayaran zakat. Penelitian ini akan dilakukan untuk mengetahui lebih dalam lagi apakah kegiatan *Fundraising* zakat di Mizan Amanah sudah optimal dengan adanya sistem pembayaran digital.

## **I.2 Fokus Penelitian**

Penelitian ini memiliki fokus penelitian mengenai bagaimana penggunaan sistem pembayaran digital yang dimanfaatkan oleh Mizan Amanah dalam mengoptimalkan kegiatan digital *fundraising* zakat.

## **I.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan hal yang melatarbelakangi penelitian ini, maka rumusan masalah yang akan di bahas pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana mekanisme pelaksanaan kegiatan digital *fundraising* zakat di Mizan Amanah?
2. Bagaimana kesesuaian analisis kesiapan digital pada Mizan Amanah?

## **I.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana mekanisme pelaksanaan kegiatan digital *fundraising* zakat di Mizan Amanah.
2. Untuk mengetahui bagaimana kesesuaian analisis kesiapan digital pada Mizan Amanah?

## **I.5 Manfaat Hasil Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Aspek Teoritis
  - a. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat bermanfaat untuk peneliti lain yang ingin melakukan penelitian serupa dan dapat dijadikan sebagai acuan serta pengembangan pada teori untuk penelitian selanjutnya.
  - b. Bagi pembaca, diharapkan dapat bermanfaat sebafei wadah untuk menambah pengetahuan baru mengenai pemanfaatan sistem pembayaran digital di Mizan Amanah dalam optimalisasi digital *fundraising* zakat.
2. Aspek Praktis
  - a. Bagi regulator, sebagai sarana untuk mempertimbangkan dalam membuat aturan baru di Indonesia.
  - b. Bagi praktisi, sebagai tambahan untuk referensi dalam melakukan dan mengembangkan digital *fundraising* zakat dalam kegiatan pengumpulan zakat.