

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Di zaman kemudahaan teknologi saat ini dan era digital, penggunaan teknologi di setiap lini kehidupan tentunya mencerminkan tingginya kebutuhan manusia akan teknologi. Masuknya dunia dalam revolusi industri 4.0 melakukan perubahan pada pola dasar perilaku industri dan juga pemangku kepentingan terkait secara signifikan dan memberikan dampak terhadap interaksi diantara industri dan pemangku kepentingannya. Seiring perkembangan teknologi digital dimulai saat hadirnya bermacam alat dan teknologi komunikasi yang mutakhir yang dapat setiap orang memproduksi dan mengirimkan informasi tersebut di segala wadah apa saja dan kapan saja tanpa mengenal batasan ruang dan waktu (Ansori, 2016).

Di Indonesia saat ini laju pengembangan teknologi yang memiliki basis digital dapat dikatakan begitu pesat. Berdasarkan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang telah melakukan survey dan memiliki responden sebanyak 5.900 sampel dengan penentuan besar margin error hanya 1,28%, dikatakan bahwa pada tahun 2018 terdapat sebanyak 171,17 juta jiwa atau sekitar 64,8% dari total populasi penduduk Indonesia yang berperan sebagai pengguna internet yakni sebanyak 264,16 juta orang. Angka ini mengindikasikan bahwa penetrasi pengguna internet di Indonesia terdapat kenaikan tingkat sebanyak 10,12% jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Di antara pulau dengan pengguna internet terbanyak adalah pulau Jawa yakni sebesar 55,7% (APJII, 2019).

Melihat semakin banyaknya pengguna internet di Indonesia, tentunya hal ini dimanfaatkan oleh banyak instansi sebagai peluang, baik itu untuk tujuan pemasaran maupun untuk peningkatan pendapatan, termasuk salah satunya Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) ialah instansi pengelola zakat dengan skala nasional. Baznas termasuk Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) yang memiliki sifat independen serta memiliki pertanggung jawaban langsung terhadap presiden dengan melewati Menteri Agama. Di bawah naungan Baznas juga ada Unit Pengumpulan Zakat (UPZ) ialah lembaga atas prakarsa Baznas yang memiliki fungsi dalam hal penghimpunan zakat. Di samping itu, terdapat juga Lembaga Amil Zakat (LAZ)

sebagai pembantu fungsi dari Baznas di ranah penghimpunan , distribusi, dan pemaksimalan dana zakat (Rahman, 2015).

Baznas merupakan lembaga yang bergerak di sektor sosial dimana saat ini sektor sosial menjadi pranata yang diperhatikan oleh banyak pihak karena eksistensinya yang cukup terlihat sebagai hal yang perlu dioptimalkan, terutama di Indonesia yang memiliki penduduk dengan mayoritas menganut kepercayaan Islam. Instrumen keuangan dalam sektor sosial cukup penting untuk dikaji oleh pemangku kepentingan guna menjaga efektivitas dari instrumen keuangan tersebut. Salah satu instrumen keuangan terkait adalah zakat. Dalam ekonomi syariah, zakat merupakan bagian yang penting dalam pranata sosial yang berimplikasi memberikan dampak bagi kehidupan sosial bermasyarakat (Rohim, 2020). Sebagaimana yang dijelaskan dalam Undang Undang Nomor 23 Tahun 2011 yang membahas perihal pengelolaan dana zakat, zakat sendiri ialah bagian dari pranata agama Islam yang memiliki tujuan guna peningkatan keadilan serta kesetaraan dan juga berperan sebagai hal yang membantu mensejahterakan masyarakat.

Hadirnya Badan Amil Zakat Nasional yang berperan menjadi salah satu lembaga dalam pengelolaan dana zakat ini memainkan peran yang cukup penting di Indonesia. Pernyataan tersebut dapat dibuktikan dengan besarnya jumlah potensi zakat nasional. Dilansir dari Puskas BAZNAS 2021, berdasarkan indikator dari Pemetaan Potensi Zakat (IPPZ), terhitung pada tahun 2019, Indonesia memiliki potensi zakat sebesar Rp233,8 triliun atau dapat dikatakan setara pada 1,72% jika di komparasikan dengan nilai PDB yang ada di tahun 2018 yaitu sebesar Rp13.558,8 triliun. Kemudian untuk tahun 2020 mengalami peningkatan potensi zakat menjadi Rp327,6 triliun (Outlook Zakat, 2021).

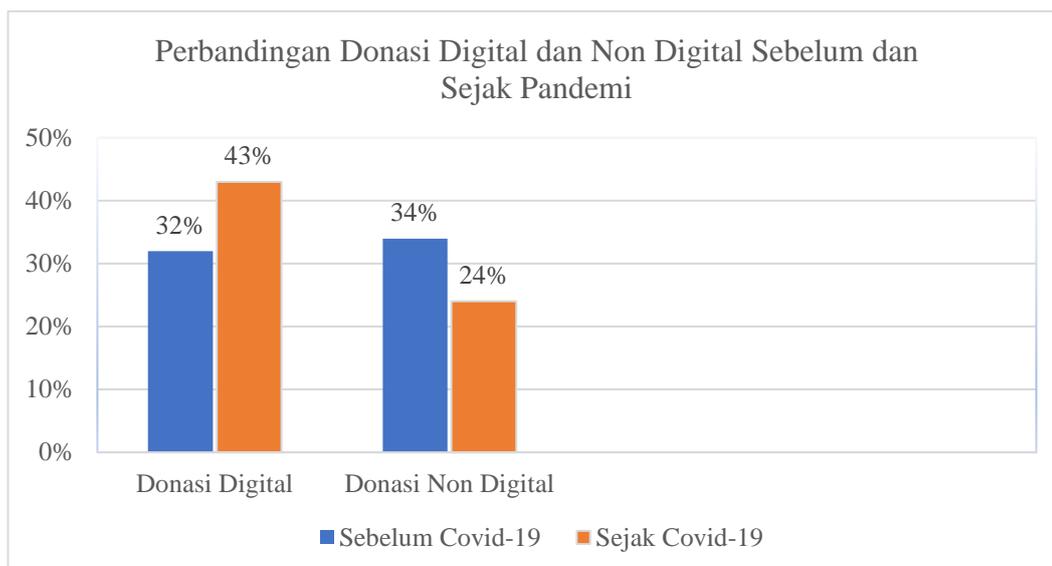
Perkembangan zakat di Indonesia berubah secara dinamis dari waktu ke waktu, baik dari segi regulasi, kelembagaan, proses penghimpunan, maupun pendistribusiannya. Perubahan ini tentunya berdasarkan kebutuhan dan tuntutan para pemangku kepentingan zakat (Al Arif & Al Athar, 2021). Adanya transformasi digital merupakan salah satu hasil dari proses pengembangan instrumen zakat itu sendiri. Potensi yang dihasilkan dari proyeksi penghimpunan zakat ini memberikan perluasan dalam fasilitas pembayaran zakat. Bahkan seluruh informasi terkait pendistribusian maupun program zakat lainnya juga dapat dilakukan melalui

platform digital sehingga sosialisasi mengenai zakat ini dapat dilakukan kepada masyarakat secara tidak langsung (Jamaludin & Aminah, 2021).

Arifin Purwakananta selaku Direktur Baznas juga mengungkapkan bahwa kini tidak sedikit orang yang membayarkan zakat melalui media online. Hal ini sudah dirasakan sejak tahun 2016 seiring dengan berkembangnya tren pembayaran zakat secara digital yang mengalami kenaikan sebesar 12% sejak munculnya platform yang memberikan layanan untuk menunaikan zakat. Arifin juga mengungkapkan bahwa sebagian besar penyumbang zakat adalah milenial, dan sebagian kecil lainnya berasal dari orang tua (CNBC Indonesia, 2018). Sebagaimana yang dikatakan oleh Al Arif dan Al Athar (2021), Indonesia telah masuk dalam fase bonus demografi dimana memiliki total penduduk pada usia produktif lebih banyak jika dikomparasikan pada usia tidak produktif karena adanya peningkatan jumlah pengguna internet dan pembayaran digital di Indonesia setiap tahunnya. Jadi, digitalisasi pembayaran menjadi fokus utama dalam rangka meningkatkan potensi zakat di Indonesia (Al Arif & Al Athar, 2021).

Adanya transformasi digital ini juga dipengaruhi oleh dampak dari pandemi covid-19 yang memiliki pengaruh pada kondisi perzakatan di Indonesia. Pandemi ini menjadi masa sulit atau masa kritis dimana isu ini sudah menjadi hal yang umum terjadi dan dapat menyebabkan penurunan tingkat penghimpunan. Perubahan yang diakibatkan oleh pandemi covid-19 menimbulkan pergeseran aktivitas penghimpunan yang dilakukan oleh OPZ. Organisasi Pengelola Zakat memiliki hambatan saat proses penghimpunan zakat secara konservatif. Adanya PSBB atau protokol kesehatan pandemi covid-19 mengakibatkan kurang maksimalnya pemanfaatan kanal penghimpunan zakat yang dilakukan di saat pembukaan gerai atau kios kios penghimpunan di pusat perbelanjaan (Sari et al., 2020).

Adanya pandemi covid-19 ini dijadikan peluang oleh OPZ untuk meningkatkan pengelolaan zakat. Adanya perkembangan teknologi dan digitalisasi keuangan, OPZ memanfaatkan hal tersebut dengan mengembangkan kanal pembayaran berbasis digital (Outlook Zakat, 2022). Fakta ini sesuai dengan data dan hasil kajian yang telah dilakukan oleh Gopay dan Kopernik (2020) yang menunjukkan bahwa pandemi covid-19 mempengaruhi kebiasaan masyarakat dalam berdonasi sebagaimana yang ditunjukkan pada gambar berikut.



Gambar 1. Kecenderungan Cara Berdonasi Masyarakat Sebelum dan Sejak Pandemi Covid-19

Sumber: Outlook Zakat 2022 (data diolah)

Berdasarkan gambar 1, dapat dikatakan bahwa adanya pandemi covid-19 juga telah merubah gaya hidup bermasyarakat, termasuk cara berdonasi masyarakat secara simultan baik itu pembayaran ZIS maupun donasi umum lainnya. Cara berdonasi sebelum dan sejak pandemi mengalami perubahan yang cukup signifikan. Sejak adanya pandemi covid-19, donasi non digital mengalami penurunan, lain halnya dengan donasi digital yang mengalami peningkatan sebesar 11% dari sebelum adanya pandemi (Outlook Zakat, 2022). Hal ini mengartikan disaat pandemi covid-19 hadir di Indonesia, kecenderungan masyarakat untuk melakukan donasi secara digital mulai meningkat dikarenakan adanya pembatasan sosial dimana masyarakat diminimalisir untuk bertatap muka apabila keadaannya tidak penting.

Dalam lembaga pengelola amil zakat, kegiatan penghimpunan atau *fundraising* merupakan komponen penting yang menentukan keberlanjutan dan pendukung keberhasilan program dari lembaga tersebut (Siregar & Kholid, 2019). Terkait dengan fenomena ini, digitalisasi dalam kegiatan penghimpunan zakat (*digital fundraising*) dilakukan karena diyakini sebagai inovasi untuk mengoptimalkan penerimaan zakat. *Digital fundraising* merupakan penghimpunan yang tidak lagi dilakukan secara *offline* namun juga dilakukan secara *online* melalui media digital. Hal ini dapat menjadi solusi dimana muzakki tidak perlu lagi datang

ke lokasi lembaga amil zakat untuk membayar zakat, melainkan bisa melalui kanal *digital* yang merupakan langkah yang lebih efisien karena dapat di gunakan kapan saja tidak mengenal waktu dan dimana saja (Rohmaniyah, 2021).

Dewasa ini, dalam kajian fiqh di Indonesia mulai muncul pembahasan mengenai hukum zakat penghasilan. Zakat penghasilan diartikan sebagai zakat yang diperoleh atas penghasilan umat Islam (Bimasakti, 2018). Pada zaman sekarang pekerjaan setiap insan manusia makin beragam dan lebih menghasilkan harta yang lebih banyak, atas dasar itu itu jangkauan harta kekayaan yang memiliki kewajiban untuk di lakukan pembayaran zakat harus jauh lebih diperluas di berbagai bentuk kekayaan yang belum terjamah dan dikenal di masa awal Islam, hal itu sejalan dengan pemikiran ilmuwan Islam Yusuf Qardhawi, contoh dari pekerjaan tersebut diantara lain terdapat dokter, notaris, banker, psikolog dan lainnya. Seseorang dikatakan memiliki profesi ketika ia memiliki keahlian dalam bekerja melalui proses pendidikan yang cukup lama (Susanty & Bahrudin, 2020).

Tabel 1. Total Potensi Zakat Berdasarkan Objek Zakat Tahun 2020

No	Objek Zakat	Potensi Zakat (Triliun Rupiah)
1.	Zakat Pertanian	19,79
2.	Zakat Peternakan	9,51
3.	Zakat Uang	58,76
4.	Zakat Penghasilan dan Jasa	139,07
5.	Zakat Perusahaan	144,5
Total Potensi Zakat		327,6

Sumber: Outlook Zakat 2021 (data diolah)

Berdasarkan tabel 1, total potensi zakat penghasilan adalah sebesar Rp139,07 triliun dimana menduduki peringkat kedua sebagai sektor yang memiliki proporsi potensi zakat paling tinggi setelah zakat perusahaan, disusul dengan zakat uang, pertanian, dan peternakan sehingga mendapat total potensi zakat sebesar Rp327,6 triliun. Lebih lanjut, berdasarkan Outlook Zakat (2021) dikatakan bahwa total penghimpunan zakat nasional pada tahun 2019 didominasi oleh zakat penghasilan berdasarkan apa yang tertulis di tabel 2 diatas.

Tabel 2. Penghimpunan Zakat Nasional Berdasarkan Jenis Dana

No.	Jenis Dana	Jumlah Dana	%
1	Zakat Mal-Penghasilan	3.951.113.706.297	38,6
	Zakat Mal-Badan	306.737.147.482	3
2	Zakat Fitrah	1.406.144.490.186	13,7
3	Infak/Sedekah Terikat	712.309.604.322	7
	Infak/Sedekah Tidak Terikat	2.582.142.106.259	25,2
4	CSR	96.395.440.616	0,9
5	Dana Sosial Keagamaan Lainnya	1.173.101.311.393	11,5
TOTAL		10.227.943.806.555	100

Sumber: Outlook Zakat 2021

Pada tabel 2 dapat dilihat bahwa pengumpulan zakat paling tinggi pada tahun 2019 ada pada sektor zakat penghasilan atau zakat penghasilan dimana persentasenya adalah sebesar 38,6% dari total pengumpulan pada tahun 2019 atau sebesar Rp3,9 triliun. Persentase ini mengalami penurunan dibandingkan tahun sebelumnya yaitu sebesar 40,86% dari total pengumpulan di tahun 2018 atau senilai dengan Rp3,3 triliun (Outlook Zakat, 2021).

Zakat penghasilan merupakan bagian dari jenis zakat harta atau maal yang memegang fungsi penting dalam proses pengupayaan tercapainya dari target potensi zakat tersebut. Hal ini pasti bisa menjadi kekuatan dan pondasi yang lebih baru dan terus dapat dikembangkan jauh lebih serius dikarenakan perolehan atas potensi itu masih terbilang jauh dari yang hal yang dapat diharapkan dimana dana yang telah dikumpulkan hanya sebatas sebesar 2,3% dari keseluruhan potensi zakat tersebut dan diperlukannya suatu upaya baru dalam menerobos dan mewujudkan kekuatan baru itu (Outlook Zakat, 2021). Upaya tersebut dapat ditempuh dengan langkah pemaksimalan dari zakat penghasilan yang jumlahnya cukup banyak di Indonesia dan meningkatkan berbagai upaya inovasi di proses pengumpulan zakat tersebut.

Atas dasar tersebut, perlu adanya kehadiran hal dan strategi guna terus memaksimalan dan pengoptimalan penghimpunan zakat, termasuk zakat penghasilan. Strategi dalam penghimpunan ialah dasar dari titik tolak penentuan

kebutuhan organisasi, hal tersebut dilakukan guna peningkatan aktifitas dalam pemenuhan kebutuhan yang semakin hari terus berkembang. Kegiatan penghimpunan dapat menjadi tolak ukur yang menjadi penentu berhasilnya suatu wadah organisasi atau lembaga. Penghimpunan memiliki peran yang cukup krusial bagi organisasi sosial yang memiliki upaya dalam mendukung laju program di setiap roda operasional yang telah digariskan (Abidah, 2016).

Penghimpunan zakat penghasilan secara otomatis melalui instansi tertentu merupakan langkah dan upaya nyata yang sudah dilakukan guna meningkatkan realisasi pengumpulan zakat di Indonesia. Instansi yang berpotensi untuk dihimpun zakat penghasilannya secara otomatis biasanya instansi yang memiliki hubungan langsung dengan pemerintahan. Contohnya ialah Aparatur Sipil Negara (ASN) atau pegawai Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Selain itu terkait juga ada Lembaga Keuangan Syariah (LKS) dan lembaga-lembaga yang berada dibawah Organisasi Masyarakat Berbasis Islam (Renstra BAZNAS 2020-2025).

Dalam pengelolaan zakat, khususnya pada penghimpunan zakat, penggunaan platform digital memberikan kemudahan bagi penggunanya sehingga dapat mewujudkan realisasi pengoptimalan penghimpunan zakat. adanya transaksi yang melibatkan penggunaan teknologi informasi ini pada dasarnya memiliki hukum yang diperbolehkan selama hal itu tidak berlarangan pada prinsip syariah yang telah diatur sebagaimana dalam Fatwa DSN-MUI No.16/DSN-MUI/IX/2017 perihal Uang Elektronik Syariah dan Fatwa DSN-MUI No.117/DSN-MUI/IX/2018 perihal Layanan Pendanaan Teknologi Informasi dengan basis Syariah dimana hal tersebut mendukung adanya pengembangan digital dalam kegiatan penghimpunan zakat bagi seluruh OPZ (Rohmaniyah, 2021).

Baznas selaku lembaga pengelola zakat tentunya memanfaatkan transformasi digital sebagai strategi dan peluang untuk terus mengembangkan kanal pembayaran berbasis digital, baik itu sendiri maupun kerjasama dengan platform digital yang sudah ada. Baznas sudah menerapkan kanal pembayaran berbasis digital yang praktiknya sudah mulai dikembangkan, bahkan sejak sebelum pandemi. Setelah adanya pandemi Baznas semakin memperkuat dan mengoptimalkan pengumpulan zakat berbasis digital, yaitu diantaranya platform online berbasis website oleh Baznas, kolaborasi dengan *e-commerce* yang sudah ada, serta layanan QR Code

dari perusahaan fintech. Baznas juga menyediakan laman resmi untuk memudahkan layanan zakat bagi muzaki (Outlook Zakat, 2022).

Beberapa penelitian mengenai digitalisasi penghimpunan zakat sudah banyak dilakukan di kajian kajian sebelumnya. Diantara nya peneltian Jamaludin dan Aminah (2021) terkait efektivitas digitalisasi pengumpulan dana zakat yang dihimpun di Baznas kota Tangerang. Berdasarkan penelitian tersebut, didapatkan hasil bahwa pengumpulan dana zakat yang dihimpun Baznas Kota Tangerang sudah terbilang cukup efisien dan efektif, ditinjau pada pemenuhan keseluruhan indikator yang berkaitan dengan efektivitas menurut teori Duncan, yaitu indikator tercapai suatu tujuan, integrasi, dan adaptasi (Jamaludin & Aminah, 2021).

Hal lainnya dilakukan oleh Ningrum et al (2021) yang menyatakan bahwa model pemanfaatan kanal digital LAZ Taman Zakat Indonesia telah di implementasi secara terstruktur dan sistematis, dimulai pada fase perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Selain itu, juga ada fase pengenalan akan peluang dan tantangan dari pemanfaatan penggunaan kanal digital ini. Dari penelitian ini, maka dapat dikatakan bahwa media digital mampu menjadi inovasi dalam peningkatan peluang dari berhasilnya proses pengumpulan zakat terkhusus di zaman serba digital ini, tentunya dengan dibekali dengan kompetensi serta perencanaan yang strategis (Ningrum et al., 2021).

Peneliti akan menentukan objek penelitian pada Baznas Provinsi DKI Jakarta. Jakarta sebagai ibukota Indonesia tentunya menjadi perhatian banyak pihak dalam hal pengelolaan dana zakatnya. Badan Amil Zakat Provinsi DKI Jakarta atau yang biasa disebut juga dengan Baznas Bazis Provinsi DKI Jakarta mempunyai visi menjadikan pengelola ZIS (Zakat, Infak, dan Sedekah) yang cukup terpercaya di wilayah Jakarta. Baznas DKI Jakarta ialah organisasi yang memiliki fungsi dalam penghimpunan zakat yang berfokus pada kegiatan pengumpulan dana zakat, infak, dan sedekah untuk dapat memaksimalkan upaya pengumpulan dana zakat, khususnya di wilayah DKI Jakarta (Baznas DKI Jakarta, 2020).

Menurut Indikator Pemetaan Potensi Zakat (IPPZ), Provinsi Jawa Timur dan Provinsi DKI Jakarta bagian dari dua provinsi yang ada di Indonesia dan memiliki peluang zakat yang tinggi di Indonesia dengan perolehan sebesar Rp 35,1 triliun (2,42 persen dari PDRB) dan Rp 58,3 triliun (3,57 persen dari PDRB). Dan Jawa

Barat menduduki peringkat tiga dengan pencapaian nilai IPPZ sebesar Rp 26.8 triliun (2,0 persen dari PDRB). Faktor penyebab tingginya potensi zakat dikarenakan ketiga provinsi itu merupakan wilayah yang memiliki tingkat perekonomian yang baik dengan total penduduk terbesar dengan mayoritas memeluk agama Islam (IPPZ, 2019).

Dilansir dari situs resmi Baznas Provinsi DKI Jakarta dinyatakan bahwa per 31 Desember 2020 telah terkumpul dana zakat sebesar Rp85.510.443.067. Nilai ini terdapat kenaikan jika dikomparasikan dengan data tahun sebelumnya dimana pada Desember 2019 yaitu hanya sebesar Rp33.291.011.127. Kemudian untuk penyaluran dana zakat per 31 Desember 2020 adalah sebesar Rp113.004.566.375 (Baznas DKI Jakarta, 2020). Angka ini dapat terbilang cukup potensial dalam segi penyaluran zakat. Hal ini mengartikan bahwa di Jakarta sendiri sudah memiliki potensi zakat yang cukup baik. Maka atas dasar hal tersebut, tentunya diperlukan adanya suatu strategi untuk terus mempertahankan optimalisasi penghimpunan zakat.

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan beserta hasil dari penelitian terdahulu, peneliti menilai bahwa belum terdapat penelitian lain yang membahas mengenai pemanfaatan *digital fundraising* dalam menghimpun zakat penghasilan oleh Baznas DKI Jakarta. Oleh karena itu, dilakukan penelitian ini guna mengetahui secara lebih dalam perihal bagaimana Baznas DKI memanfaatkan kanal digital dalam penghimpunan zakat penghasilan dan strategi yang dilakukan untuk terus mengoptimalkan penghimpunan zakat penghasilan tersebut.

I.2. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus kepada suatu analisis untuk mengetahui bagaimana Baznas DKI memanfaatkan *digital fundraising* dalam menghimpun zakat penghasilan, serta mengidentifikasi strategi yang dilakukan Baznas DKI untuk mengoptimalkan penghimpunan zakat penghasilan dengan memanfaatkan kanal digital.

I.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena dan fokus penelitian yang telah dijelaskan, maka peneliti membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pemanfaatan *digital fundraising* dalam melakukan penghimpunan zakat penghasilan pada Baznas DKI?
2. Bagaimana strategi Baznas DKI dalam mengoptimalkan penghimpunan zakat penghasilan dengan memanfaatkan *digital fundraising*?

I.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan *digital fundraising* dalam melakukan penghimpunan zakat penghasilan pada Baznas DKI
2. Untuk menganalisis bagaimana strategi yang dilakukan Baznas DKI dalam mengoptimalkan penghimpunan zakat penghasilan dengan memanfaatkan *digital fundraising*

I.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Aspek Teoritis
 - a. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat memberikan tambahan informasi sebagai bahan referensi yang sesuai dengan topik mengenai pemanfaatan *digital fundraising* untuk menghimpun dana zakat
 - b. Bagi pembaca, sebagai wadah untuk menambah kasanah pengetahuan baru mengenai strategi Baznas dalam menghimpun zakat penghasilan dengan memanfaatkan *digital fundraising*
2. Aspek Praktis
 - a. Bagi regulator, sebagai sarana untuk mempertimbangkan pembuatan aturan baru di Indonesia
 - b. Bagi praktisi, sebagai tambahan referensi guna melakukan evaluasi atas pemanfaatan *digital fundraising* dalam penghimpunan zakat