

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Kemajuan perkembangan teknologi dapat dikatakan sangat cepat di masa modern seperti saat ini yang ditandai dengan hampir seluruh lapisan masyarakat mengenal serta memanfaatkan teknologi yang ada. Hadirnya teknologi bagi penggunaannya memberikan kemudahan serta inovasi yang berguna bagi berbagai sektor. Internet yang merupakan wujud kemajuan teknologi membawa manusia ke zaman dimana segala sesuatu dapat dilakukan secara akurat, cepat, dengan biaya yang murah jika melihat kembali pada masa lalu yang segala sesuatu harus dilakukan dengan cara konvensional dan memakan waktu yang lama. Cangkupan luas di berbagai bidang merupakan perkembangan yang bisa kita rasakan saat ini pada teknologi digital seperti komunikasi, transportasi, pariwisata, kegiatan ekonomi bahkan keuangan (Rohmah et al., 2020).

Perkembangan teknologi yang dapat dirasakan pada sektor keuangan yaitu uang elektronik atau *e-money (electronic money)* yang juga dimaksud sebagai instrumen pembayaran secara elektronik. Semakin berjalannya waktu ke depan, alat pembayaran di tengah masyarakat juga ikut berinovasi dan berkembang. Kehadiran uang elektronik di Indonesia berawal dari terbitnya Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 dan Nomor 16/8/PBI/2014 yang melatarbelakangi dukungan terhadap agenda Bank Indonesia terhadap pengurangan transaksi uang tunai di tengah masyarakat Indonesia. Munculnya uang elektronik merupakan sebuah jawaban untuk keperluan instrumen pembayaran karena menawarkan metode pembayaran dengan cara yang lebih cepat serta biaya yang lebih murah dibandingkan dengan metode tunai (Hendarsyah, 2016).

Kemudahan dan keuntungan lainnya pada uang elektronik membuat masyarakat Indonesia kerap menggunakannya saat melakukan transaksi pembelian

ataupun pembayaran. Hal ini juga bersamaan dengan semakin populernya transaksi keuangan menggunakan uang elektronik.

Tabel 1. Transaksi Uang Elektronik

Periode	Volume	Nominal (Juta)
2017	943,319,933	12,375,469
2018	2,922,698,905	47,198,616
2019	5,226,699,919	145,165,468
2020	4,625,703,561	204,909,170
2021	5,450,400,276	305,435,829

Sumber: Bank Indonesia 2022 (data diolah)

Dari tabel di atas dapat ditelaah bahwa transaksi uang elektronik di Indonesia dalam lima tahun terakhir menunjukkan kenaikan yang signifikan, bahkan pada tahun 2021 nominalnya mencapai 305 juta yang menunjukkan peningkatan pada nominal transaksi uang elektronik sebesar 49% jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Sejak mulai diluncurkan pada tahun 2009, inovasi uang elektronik di Indonesia semakin meningkat dan bertambah jumlah penggunaannya. Jenis penyimpanan pada uang elektronik seperti *server based* atau berbasis server (Bank Indonesia, 2020) mulai ramai digunakan. Salah satu jenis uang elektronik berbasis server yang populer di Indonesia yaitu GoPay. Kepopuleran GoPay dapat dilihat dari persentase jumlah penggunaannya pada survey Dailysocial tahun 2021 yakni 58,4% dan juga tingkat *awareness* terhadap GoPay pada 93,9% (Katadata, 2022). GoPay banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia karena penggunaannya berkaitan dengan penggunaan aplikasi Gojek dimana GoPay berlaku sebagai dompet elektronik untuk menyimpan saldo elektronik dan melakukan transaksi di dalam aplikasi Gojek itu sendiri sehingga setiap pengguna GoPay pastinya telah mengunduh aplikasi Gojek.

Terdapat berbagai fitur pada aplikasi Gojek yang dapat dimanfaatkan selain digunakan untuk memesan kendaraan, makanan dan minuman, kurir antar barang, dan sebagainya. Fitur tersebut salah satunya adalah membayar zakat, infaq dan sedekah

(ZIS). Pembayaran ZIS pada Gojek merupakan bentuk kerjasama antara Lembaga Amil Zakat (LAZ) Nasional dengan Gojek pada fitur GoTagihan dan GoGive sebagai usaha dalam memudahkan para *muzakki* atau wajib zakat dalam membayar ZIS yaitu metode pembayaran ZIS secara daring tanpa harus bertemu langsung dengan amil zakat. Beberapa lembaga amil zakat seperti BAZNAS, Baitul Maal Hidayatullah, Dompot Dhuafa, Rumah Zakat dan lembaga lainnya merupakan lembaga amil zakat nasional yang telah bekerjasama dengan Gojek untuk hadir dalam fitur pembayaran zakat sehingga muzakki dapat membayar zakat dengan cepat dan mudah (GoPay, 2019)

Islam merupakan agama dengan pemeluk terbanyak di Indonesia, yaitu berjumlah sekitar 231 juta jiwa atau 87.20% dari total populasi seluruh penduduk yang berjumlah 276.361.783 jiwa. Jumlah tersebut sama dengan sebesar hampir 13% dari total populasi muslim di dunia (Muslim Population By Country 2021, 2021). Dengan jumlah tersebut, maka tentunya umat muslim di Indonesia dapat menimbulkan pengaruh dan potensi besar terhadap negara ini karena melimpahnya sumber daya manusia yang bermanfaat bagi perekonomian. Salah satu yang dapat dimanfaatkan adalah dana sosial atau filantropi melalui pembayaran ZIS yang dilaksanakan oleh umat muslim sebagai bentuk kepedulian terhadap orang-orang yang membutuhkan dengan wujud pendistribusian harta secara merata (A. S. Kharisma & Putri, 2020) selain sebagai kewajiban perintah agama. Charities Aid Foundation (2021) melaporkan bahwa berdasarkan pada World Giving Index tahun 2021, Indonesia merupakan negara terdermawan pertama dengan skor 69, naik 59 saat terakhir kali indeks tahunan diterbitkan pada 2018. Lebih dari delapan dari 10 orang Indonesia mendonasikan uang di tahun 2020 dalam indikator kemauan untuk mendonasikan uang.

ZIS sendiri jika ditinjau dari segi sosial dan ekonomi memiliki beragam manfaat bagi orang-orang yang menerimanya. Tidak hanya bagi kebutuhan fisik, namun manfaat tersebut juga sebagai pemenuhan kebutuhan rohani yang mempengaruhi mental. Makna membayar zakat dan infak dalam pandangan ilmu sosial sama saja dengan menciptakan tali persaudaraan dengan orang-orang yang berada di luar lingkungan sosial mereka, kehidupan bermasyarakat yang nyaman, meningkatkan rasa syukur berkat usaha yang telah dilakukan dalam membantu sesama dalam

memenuhi kebutuhan rohani dan ekonomi. Dalam pandangan ekonomi, zakat merupakan instrumen yang dapat ditujukan sebagai pembangunan perekonomian untuk fakir dan miskin (Achmad, 2021). Tidak hanya bagi fakir dan miskin, dana zakat yang saat ini dikembangkan dapat memberdayakan masyarakat muslim yang kurang mampu agar kebutuhan ekonomi dapat terpenuhi secara mandiri. Zakat dapat memberikan pengaruh bagi perekonomian seperti bagi mustahik yang daya belinya menjadi meningkat, mendorong investasi dengan pengurangan akumulasi modal yang tidak produktif, sehingga dapat meningkatkan produktifitas yang berimbas pada penyerapan tenaga kerja serta pendapatan negara dari pajak korporasi (Puskas BAZNAS, 2019). Karena Indonesia memiliki penduduk muslim nomor satu di dunia, maka sepatutnya negara ini memaksimalkan modal utama yaitu peluang zakat serta infak dalam hal pembangunan. Secara fisik dan mental dimensi sosial dan ekonomi pada zakat merupakan kesatuan yang saling berhubungan untuk membangun masyarakat Indonesia (Achmad, 2021).

Pada tahun 2020, perekonomian dunia sempat mengalami ketidakstabilan akibat timbulnya Pandemi Covid-19, termasuk perekonomian Indonesia. Pada kuartal II 2020, tercatat terjadinya pelambatan dan kontraksi pada perekonomian hingga mencapai minus 5,32 persen secara tahunan (LIPI, 2020). Berbagai sektor makro ekonomi Indonesia terkena dampaknya seperti tenaga kerja yang dirumahkan bahkan PHK (Pemutusan Hubungan Kerja), penghentian pelayanan udara, penghentian aktivitas pariwisata baik lokal maupun mancanegara, penghentian operasional perhotelan dan restoran, perdagangan, investasi, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), terjadi inflasi, penurunan penerimaan pajak dan sector lainnya sehingga ekonomi Indonesia semakin terpuruk (Fahrika & Roy, 2020). Dari fenomena tersebut maka pendapatan setiap individu dapat dipastikan mengalami penurunan secara signifikan karena terhentinya aktivitas ekonomi yang dilakukan sebagai usaha untuk menghentikan penyebaran virus corona (Katadata, 2021).

Meskipun perekonomian terpuruk yang mengakibatkan penurunan pendapatan pada masyarakat Indonesia, instrumen donasi seperti ZIS dapat tetap terlaksana dengan baik. Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Republik Indonesia berhasil

meningkatkan pengumpulan ZIS sebesar 30% dari tahun lalu, walaupun pandemi Covid-19 masih melanda. Selama 2020, dana ZIS yang berhasil dihimpun oleh BAZNAS yaitu sebesar Rp 385,5 miliar, lebih tinggi jika dibandingkan pada tahun sebelumnya yaitu 2019 dana terhimpun mencapai Rp 296 miliar. Jumlah tersebut merupakan target dari pengumpulan ZIS awal tahun yang setara dengan 101,44% (HUMAS BAZNAS, 2021)

Tabel 2. Pertumbuhan Pengumpulan Nasional 2016-2020

Tahun	ZIS (Milyar Rupiah)	Pertumbuhan (%)
2016	5,017.29	37.46
2017	6,224.37	24.06
2018	8,117.60	30.42
2019	10,227.94	26.00
2020	12,429.25	42.16

Sumber: BAZNAS 2021 (data diolah)

Berdasarkan pada tabel pertumbuhan pengumpulan ZIS dan Dana Sosial Keagamaan Lainnya (DSKL) tahun 2016-2020 memiliki tren yang positif. Pengumpulan tahun 2020 mengalami pertumbuhan sebesar Rp 4.311,65 miliar atau 42,16% dibandingkan tahun 2019 (Puskas BAZNAS, 2022). Kepala Grup Departemen Kebijakan Sistem Pembayaran Bank Indonesia, Fitria Irmis Triswati menyatakan bahwa menurut Pusat Ekonomi dan Bisnis Syariah FEB UI tahun 2020, selama pandemi transaksi zakat, infaq, dan sedekah dapat tumbuh dikarenakan oleh peningkatan adopsi teknologi digital oleh lembaga amil zakat (Evandio, 2021). Begitu juga dengan studi yang dilakukan oleh Sari et al. (2020) menyatakan bahwa perilaku zakat pada masyarakat Indonesia dapat dipengaruhi oleh adanya krisis yang terjadi dan masyarakat secara psikologi akan berdonasi jika informasi terkait krisis dipahami oleh masyarakat dengan baik.

Tingginya penghimpunan ZIS saat pandemi juga didukung oleh penghimpunan dengan metode uang elektronik salah satunya Gojek melalui dompet elektronik GoPay yang telah bekerja sama dengan BAZNAS dalam rangka meningkatkan penghimpunan

ZIS selama pandemi. BAZNAS dan juga berbagai Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) lainnya dalam upaya mengoptimalkan penghimpunan zakat banyak melakukan sosialisasi serta pengumpulan dana dengan pemanfaatan inovasi-inovasi digital yang ada (Rohim, 2019). GoPay sendiri mencatat, transaksi donasi melalui GoTagihan meningkat 2,5 kali lipat di tahun 2020, dengan total nilai donasi mencapai Rp 136 miliar (HUMAS BAZNAS, 2021). Dengan ini dapat dikatakan bahwa minat berdonasi dalam bentuk ZIS pada masyarakat Indonesia tetap tinggi dengan menggunakan uang elektronik seperti GoPay.

Kajian-kajian terdahulu telah dilakukan dengan variabel serupa. Ichwan & Ghofur (2020) menjelaskan bahwa kemudahan memberikan pengaruh terhadap keputusan membayar zakat, sedangkan menurut Aristiana et al. (2019) kemudahan tidak berpengaruh. Fachry (2021) menjelaskan bahwa *brand awareness* atau kesadaran merek memiliki pengaruh terhadap keputusan membayar zakat, sedangkan penelitian dari Hosfiar et al., (2021) menjelaskan kesadaran merek tidak berpengaruh. Lalu pada penelitian Faridho & Rini (2019) menjelaskan bahwa religiusitas memiliki pengaruh terhadap minat, sedangkan penelitian dari Aji et al., (2021) menjelaskan religiusitas tidak berpengaruh.

Dalam penelitian terdahulu tersebut, penelitian yang mengkaji minat membayar ZIS menggunakan GoPay masih belum banyak dilakukan. Kemudian terdapat peredaan temuan dari penelitian terdahulu sehingga peneliti perlu melakukan penelitian lebih lanjut mengenai minat membayar ZIS menggunakan GoPay. Kebaruan dari penelitian ini yaitu belum ada yang menggunakan variabel kemudahan, kesadaran merek, dan religiusitas secara simultan untuk mengkaji minat membayar ZIS menggunakan GoPay. Serta kebaruan lainnya yaitu cakupan lokasi penelitian yang dipilih pada penelitian ini yaitu masyarakat Jabodetabek. Alasan pemilihan lokasi tersebut adalah karena pada penelitian sebelumnya hanya meneliti pada salah satu kota tertentu. Kota-kota besar seperti Jabodetabek secara keseluruhan belum dilakukan pada penelitian sebelumnya. Penelitian ini difokuskan kepada GoPay karena berdasarkan pada GoPay Digital Donation Outlook tahun 2020, GoPay menempati urutan pertama dengan persentase 68% di Indonesia pada uang elektronik yang paling banyak

digunakan untuk donasi digital. Sisanya yaitu OVO 18%, Dana 75, LinkAja 4%, dan ShopeePay 3%. Kemudian GoPay dianggap paling aman dan diterima secara luas sehingga dijadikan pilihan utama masyarakat sebagai media donasi digital (Gopay Indonesia, 2020). Peneliti bermaksud untuk mengkaji pengaruh kemudahan, kesadaran merek, dan religiusitas terhadap minat membayar ZIS menggunakan uang elektronik GoPay.

I.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh kemudahan terhadap minat membayar ZIS menggunakan GoPay?
2. Bagaimana pengaruh kesadaran merek terhadap minat membayar ZIS menggunakan GoPay?
3. Bagaimana pengaruh religiusitas terhadap minat membayar ZIS menggunakan GoPay?
4. Bagaimana pengaruh kemudahan, kesadaran merek, dan religiusitas terhadap minat membayar ZIS menggunakan GoPay?

I.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan terhadap minat membayar ZIS menggunakan GoPay.
2. Untuk mengetahui pengaruh kesadaran merek terhadap minat membayar ZIS menggunakan GoPay.
3. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap minat membayar ZIS menggunakan GoPay.
4. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan, kesadaran merek, dan religiusitas secara simultan terhadap minat membayar ZIS menggunakan GoPay.

I.4 Manfaat Penelitian

1. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menyajikan referensi materi bagi pembaca secara umum pada jenis penelitian yang serupa sebagai sumber informasi dan masukan untuk penelitian lebih lanjut.

2. Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan yang bermanfaat dan berguna bagi lembaga pengelola zakat, infaq, dan sedekah di Indonesia agar terus berinovasi dalam memudahkan pelaksanaan pengumpulannya dan juga diharapkan kepada masyarakat umum khususnya masyarakat Jabodetabek agar pemahaman mengenai manfaat uang elektronik terhadap pembayaran ZIS semakin baik sehingga dapat memutuskan untuk memulai menggunakan cara yang lebih mudah dalam melaksanakan baik zakat, infaq, maupun sedekah sehingga kesejahteraan masyarakat yang membutuhkan dapat diraih.