

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam. Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri) melaporkan per 31 Desember 2021, ada 237,53 juta umat Islam yang tinggal di Indonesia. Angka ini berarti sama dengan 86,9% dari populasi negara Indonesia yang sebanyak 273,32 juta jiwa (Kemendagri, 2022). Yang berarti sebagian besar masyarakat Indonesia memiliki kewajiban untuk membayar zakat. Zakat adalah rukun Islam yang ketiga. Siapa pun yang mampu dan yang memenuhi syarat harus menganggapnya sebagai kewajiban sebagai seorang muslim. Akibatnya, setiap muslim yang mampu melakukannya harus melakukannya sesuai dengan syariah yang berlaku. Umat muslim memiliki kewajiban membayar zakat, yang dapat dikelola dan diberikan kepada golongan yang layak menerimanya. Zakat adalah dana yang dengan pengelolaan yang efektif berpotensi digunakan untuk memajukan kesejahteraan umum secara keseluruhan. Beberapa kali di seluruh Al-Qur'an dan Hadits adalah perintah untuk membayar zakat (Dwi & Asrori, 2019).

Meskipun Indonesia memiliki penduduk muslim terbesar di dunia yang hampir 87,5% dari total penduduk, potensi dan realisasi zakat nya bervariasi. Mulai dari tahun 2011 sebesar 0,06%, lalu pada tahun 2012 meningkat sebesar 0,008% yang menjadi 0,068%, kemudian dari tahun 2012 ke 2013 meningkat sebesar 0,007% yang menjadi 0,075%, dan pada tahun 2013 ke 2014 meningkat sebesar 0,014% yang menjadi 0,089%, namun dari tahun 2014 ke 2015 menurun sebesar 0,001% menjadi 0,088%. Sehingga dengan kenaikan yang kecil dan penurunan potensi dan realisasi zakat setiap tahun nya, dapat dikatakan bahwa motivasi masyarakat Indonesia dalam membayar zakat masih kurang (Setiawan, 2017). Pembayaran zakat masih kurang optimal disebabkan oleh berbagai hal, antara lain kurangnya pemahaman masyarakat luas mengenai zakat khususnya mengenai zakat mal dan zakat profesi, padahal masih banyak barang berharga yang termasuk dalam ranah zakat. Masih rendahnya kesadaran masyarakat akan membayar zakat. Rendahnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pengelola zakat, yang membuat masyarakat tidak berminat membayar zakat pada lembaga yang ada

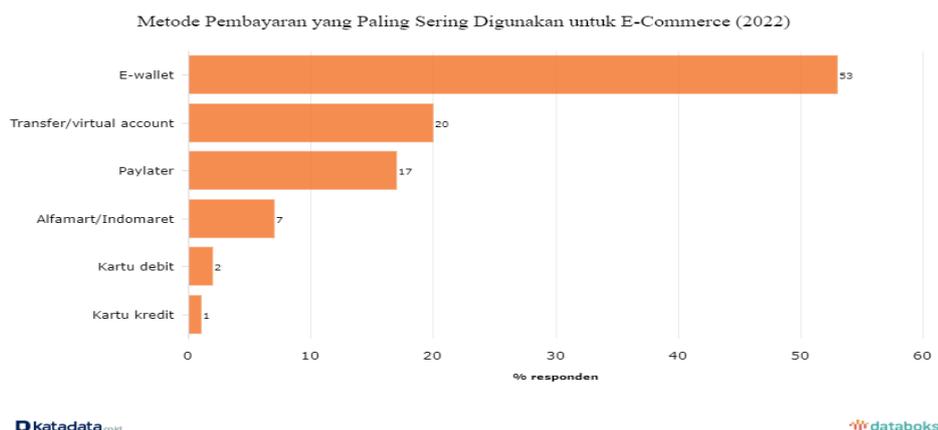
dan menghalangi pendataan untuk menggambarkan kondisi sebenarnya dalam membayar zakat (Pertiwi, 2020).

Menurut data statistik zakat nasional, penghimpunan zakat di Indonesia setiap tahun meningkat. Dari sisi penghimpunan, lembaga pengelola zakat menghimpun 5,017 triliun rupiah pada 2016 dan 6,224 triliun rupiah pada 2017, sehingga meningkat sebesar 1,207%. Ketika pengumpulan zakat meningkat, diasumsikan minat muzakki untuk melakukan pembayaran zakat kepada lembaga pengelola zakat meningkat (Kartika, 2020). Minat zakat dipengaruhi oleh tindakan yang dilakukan untuk mencapai atau mewujudkan potensinya. Minat adalah salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku, tidak ada yang terjadi jika tidak ada minat (Salma, 2022). Kementerian Agama (Kemenag) mengatakan bahwa penghimpunan dana zakat yang dikelola oleh Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) pada tahun 2021 mengalami peningkatan karena pengaruh faktor penggunaan teknologi digital. Baznas melaporkan hasil pengumpulan zakat telah mencapai Rp. 516 miliar pada tahun 2021. Jumlah itu meningkat karena pada tahun 2020 hanya mencapai Rp. 385,2 miliar. Sementara itu, pengumpulan zakat, infak, dan sedekah (Ziswaf) secara nasional mencapai Rp. 11,5 triliun. Melalui *platform digital*, literasi zakat meningkat yang berujung pada peningkatan transaksi zakat melalui teknologi digital. Sehingga kaum milenial bisa tertarik untuk membayar zakat berkat teknologi digital (Kemenag, 2022). Salah satu teknologi digital yang menyediakan untuk pembayaran zakat yaitu *e-wallet*.

E-wallet digunakan sebagai alat pembayaran yang membuat konsumen lebih mudah melakukan transfer uang dan membeli barang yang dibutuhkan kapanpun dan dimanapun. Selain itu, *e-wallet* juga dapat mengurangi risiko kejahatan karena seseorang yang ingin berpergian tidak perlu membawa uang tunai dengan jumlah besar (Silaen & Prabawani, 2019). Sehingga pada era digital saat ini, kemajuan teknologi membawa perubahan sistem bertransaksi yang pada awalnya menggunakan sistem *offline*, saat ini melakukan transaksi menggunakan sistem *online* seperti *e-wallet*. Pada 2009, Bank Indonesia yang merupakan bank sentral Indonesia telah mengeluarkan kebijakan sistem bayar dengan metode pembayaran dompet digital (*e-wallet*). Kemudian, pada tahun 2014, Bank Indonesia memperkenalkan program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang bertujuan

untuk mentransformasikan masyarakat Indonesia menjadi masyarakat yang menggunakan *Less Cash Society* (LCS). Hal ini dilakukan karena penggunaan uang tunai di masyarakat mengalami masalah efisiensi dan juga memiliki risiko terhadap pencurian dan peredaran uang palsu (Sari et al., 2020). Bank Indonesia juga telah mengeluarkan Pasal 1 angka 7 Nomor 18/40/PBI/2016 Peraturan Bank Indonesia tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran (“PBI/18/2016”) (S. Hasanah, 2018).

Dompot digital (*e-wallet*) dirancang dengan tujuan untuk membantu masyarakat melakukan pembayaran atau bertransaksi tanpa menggunakan uang tunai. Dari sisi penjual pun juga diuntungkan karena tidak perlu khawatir untuk menyiapkan uang kembalian. Sehingga keberadaan *e-wallet* telah memudahkan aktivitas sehari-hari masyarakat, terutama yang berkaitan dengan pembayaran dan penagihan. Semua pembayaran dan tagihan kini dapat dilakukan menggunakan dompet digital (*e-wallet*) (Printing, 2021). Selain itu, isi saldo pada *e-wallet* pun dapat dilakukan dengan sangat mudah, yaitu melalui *internet banking*, *minimarket* maupun via ATM. Maka dengan berbagai kemudahannya, pengguna *e-wallet* terus meningkat. Menurut Lifepal.co.id (2019) dalam Desvronita (2021) penggunaan dompet elektronik (*e-wallet*) di Indonesia semakin meningkat setiap tahunnya. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti kemudahan dalam bertransaksi, menjamurnya promosi yang ditawarkan kepada pengguna *e-wallet* dan berkembangnya *e-commerce* di Indonesia yang menjadi pendorong kuat di balik banyaknya penggunaan *e-wallet* di Indonesia (Desvronita, 2021).



Gambar 1. Metode Pembayaran yang Paling Sering Digunakan untuk E-Commerce (2022)

Sumber: Katadata.co.id

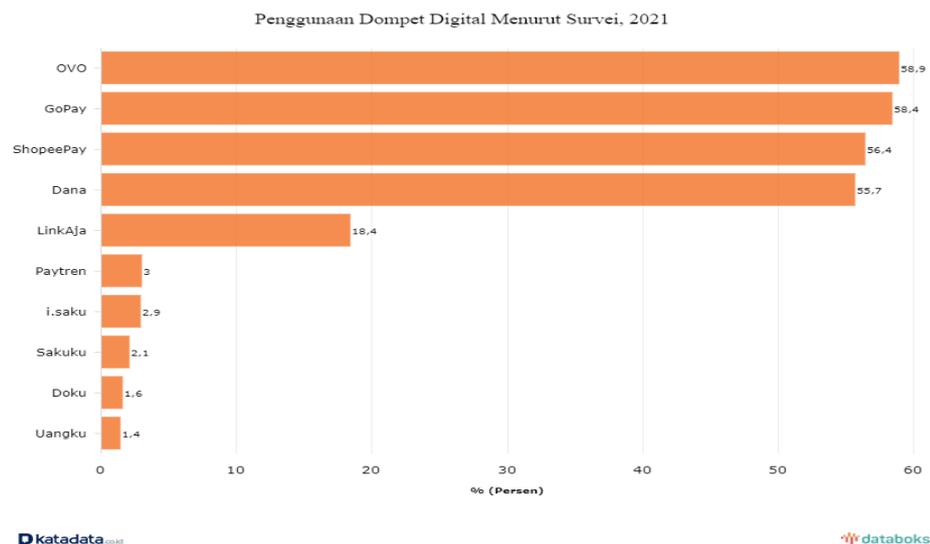
Berdasarkan gambar 1, survei metode pembayaran yang paling sering digunakan untuk *e-commerce* dengan melibatkan 3.500 responden di seluruh Indonesia menghasilkan sebanyak 53% responden paling banyak menggunakan *e-wallet*, mengalahkan transfer bank/*virtual account* yang digunakan oleh 20% responden. Dan sebesar 17% responden paling sering menggunakan *PayLater* atau fitur bayar nanti. Pembayaran melalui Alfamart atau Indomaret digunakan oleh 7% responden. Sedangkan kartu debit hanya digunakan oleh 2% responden dan kartu kredit digunakan oleh 1% responden (Pahlevi, 2022).

Pemerintah Indonesia berkontribusi terhadap *masterplan* dari sektor ekonomi Syariah di Indonesia tahun 2019-2024 dengan menjadikan penguatan ekonomi digital sebagai salah satu agenda utama bagi perkembangan ekonomi syariah (Andriyaningtyas et al., 2022). Potensi besar yang dimiliki Indonesia terkait dengan perkembangan industri halal, salah satunya yaitu pengembangan teknologi. Kemungkinan lain adalah komunitas muslim yang besar, diproyeksikan pada tahun 2050 akan mencapai 256 juta jiwa. Oleh karena itu, LinkAja meluncurkan layanan LinkAja Syariah sebagai *e-wallet* Syariah pertama di Indonesia dengan karakteristik yang berbeda yaitu menggunakan sistem pembayaran yang sesuai dengan prinsip Syariah (Rizaldi et al., 2021). Produk Syariah LinkAja tentunya sesuai Syariah dan tidak memuat unsur *maisir* (judi), *gharar* (ketidakjelasan), *riba* (tambahan), *zalim*, dan juga sesuatu yang tidak halal.

Aditya Retno Wulandari, 2022

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MEMBAYAR ZAKAT MELALUI LINKAJA SYARIAH

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Ekonomi Syariah
 [www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]



Gambar 2. Penggunaan Dompot Digital Paling Banyak di Indonesia

Sumber: Katadata.co.id

Berdasarkan hasil riset pada gambar 2, penggunaan dompet digital yang paling banyak digunakan pada urutan pertama yaitu pengguna OVO sebesar 58,9% responden. Urutan kedua disusul oleh pengguna GoPay, yang digunakan sebanyak 58,4% responden. Selain itu, posisi ketiga oleh pengguna ShopeePay dengan 56,4% responden. Posisi keempat oleh pengguna Dana dengan 55,7% responden dan LinkAja digunakan oleh 18,4% responden (Pahlevi, 2022). Peringkat pada data tersebut didasarkan pada persepsi merek yang dinilai berdasarkan kemudahan, penawaran promosi, dan pertumbuhannya. Dan pada data ini menunjukkan pengguna *e-wallet* LinkAja Syariah masih rendah, dengan salah satu faktor nya disebabkan oleh minat penggunaan yang rendah (Widodo & Putri, 2021). Sehingga kondisi ini tidak sesuai antara harapan dan kenyataan dengan jumlah penduduk Indonesia yang sebagian besar memeluk agama Islam.

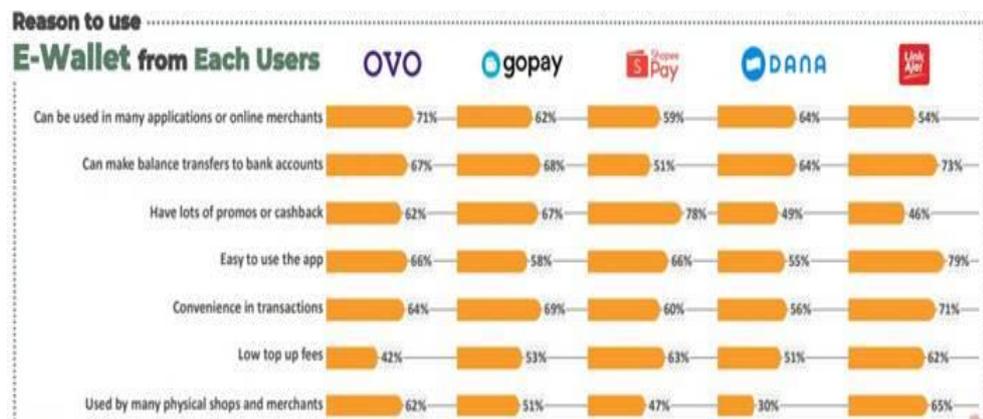
LinkAja pada pertengahan April 2020 memperkenalkan fitur baru yang merupakan layanan berlandaskan prinsip syariah. Layanan LinkAja Syariah memprioritaskan tiga kategori layanan Islami, yaitu ekosistem ZISWAF (Zakat, Infak, Sedekah dan Wakaf), memberdayakan ekonomi yang berbasis masjid, dan digitalisasi pesantren serta Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Kini layanan Syariah LinkAja telah melakukan Kerjasama dengan lebih dari 242 agen dan agen distribusi ZISWAF, 1000 masjid dan pesantren, dan beberapa *e-commerce*

Aditya Retno Wulandari, 2022

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MEMBAYAR ZAKAT MELALUI LINKAJA SYARIAH

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Ekonomi Syariah
 [www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

hingga pedagang *offline* (Muamar et al., 2021). Hadirnya produk Syariah LinkAja di tengah masyarakat tentu nya sangat membantu dalam upaya pemenuhan maslahat umat. Dan dengan ada nya fitur Syariah ini digunakan untuk mencapai efisiensi waktu untuk menggunakan jasa pelayanan, salah satunya adalah pengumpulan zakat yang memiliki potensi begitu besar sehingga diperlukan aksebiliti yang inovatif, sederhana, dan tentu nya mudah (A. Hidayat & Mukhlisin, 2020).



Gambar 3. Data Alasan Pengguna Dompet Digital dari Perspektif Pengguna
Sumber: Kadance International

Pada gambar 3, menunjukkan bahwa alasan konsumen menggunakan *e-wallet* berdasarkan kemudahan diungguli oleh LinkAja yang memperoleh angka 79% yang menjadikan *e-wallet* yang paling mudah digunakan dibandingkan dengan pemakai OVO yang memperoleh 66%, Gopay yang memperoleh 58%, ShopeePay yang memperoleh 66%, dan Dana yang memperoleh 55%. Sehingga sesuai dengan data dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan menjadi salah satu faktor yang penting untuk menarik minat penggunaan dan tentunya terdapat manfaat atas kemudahan tersebut. Persepsi kemudahan dalam penggunaan dan persepsi manfaat menjadikan faktor yang mempengaruhi minat penggunaan dan keputusan mengenai penggunaan dompet digital (Ramadhan et al., 2016). Jika suatu produk disukai, maka minat seseorang untuk menggunakan produk akan meningkat. Keinginannya akan menjadi kenyataan dengan mencoba dahulu produk tersebut. Jika saat mencoba mudah digunakan dan banyak potensi manfaat serta risikonya kecil maka

muncul keinginan untuk membeli atau menggunakan suatu produk (Prasetya & Putra, 2020). Sehingga dompet digital yang baik maka akan mempengaruhi minat penggunaan.

Terdapat penelitian terdahulu yang menggunakan variabel sejenis. Dijelaskan bahwa kemudahan yang diberikan oleh pihak *fintech* tidak mempengaruhi minat mahasiswa untuk membayar ZIS karena mereka belum merasakan kemudahannya (Rohmah et al., 2020). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Rahmani & Erpurini, 2020) menyatakan bahwa penerapan teknologi sangat berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat, yang mana peran teknologi ini dapat memudahkan masyarakat untuk memenuhi kewajibannya, selain itu teknologi internet juga memudahkan muzakki untuk menyalurkan zakatnya kepada amil. Selanjutnya penelitian lain yang dilakukan oleh (Huda Ramadhan & Rio Triono, 2022) menyatakan bahwa pembayaran zakat secara *online* tidak terlalu berpengaruh terhadap minat membayar zakat secara *online*, yang mana hal ini disebabkan kurangnya informasi terkait zakat *online* dan juga kurangnya kepercayaan masyarakat untuk melakukan pembayaran zakat secara *online*.

Berdasarkan fenomena dan latar belakang yang ada, penulis memilih LinkAja Syariah sebagai objek penelitian karena LinkAja merupakan layanan syariah yang menjadi *e-wallet* pertama yang memiliki sertifikat DSN MUI dan menerapkan sistem syariah di setiap transaksinya serta memiliki layanan produk syariah (Agata, 2022). *Novelty* dalam penelitian ini yaitu berdasarkan variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi risiko belum ada penelitian yang secara spesifik membahas mengenai minat membayar zakat melalui LinkAja Syariah. Sehingga dengan mengingat kembali permasalahannya, peneliti hendak mengkaji lebih lanjut mengenai fenomena ini karena dirasa cukup penting mengenai *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Membayar Zakat melalui Linkaja Syariah*.

I.2 Rumusan Masalah

Sesuai latar belakang pada permasalahan yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah yang dapat disimpulkan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat membayar zakat melalui LinkAja Syariah?
2. Apakah terdapat pengaruh persepsi manfaat terhadap minat membayar zakat melalui LinkAja Syariah?
3. Apakah terdapat pengaruh persepsi risiko terhadap minat membayar zakat melalui LinkAja Syariah?

I.3 Tujuan Penelitian

Sesuai latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan penelitian yang dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat membayar zakat melalui LinkAja Syariah.
2. Mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap minat membayar zakat melalui LinkAja Syariah.
3. Mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap minat membayar zakat melalui LinkAja Syariah.

I.4 Manfaat Penelitian

Sesuai dengan latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka penulis mengelompokkan beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini, yaitu:

1. Aspek Teoritis

a. Bagi Peneliti

Menjadi referensi untuk penelitian lain nya yang serupa sehingga dapat menjadi lebih baik di masa yang akan datang sesuai dengan adanya perkembangan zaman.

b. Bagi Pembaca

Sebagai wadah atau tempat untuk menambah ilmu serta wawasan terkait pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi risiko terhadap minat membayar zakat melalui LinkAja Syariah.

2. Aspek Praktis

a. Bagi Pemerintah

Sebagai bahan pertimbangan dan perhatian ketika mengambil keputusan suatu kebijakan terhadap perkembangan bagi industri halal terutama *fintech* Syariah.

b. Bagi Pihak LinkAja

Sebagai informasi untuk pengembangan inovasi fitur layanan khususnya zakat agar memudahkan pengguna untuk memenuhi kewajibannya.