

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sejarah terbentuknya BAZNAS (Badan Amil Zakat Nasional) sebagaimana dari sumber (*Profil BAZNAS*, 2019), merupakan badan resmi dan satu-satunya yang dibentuk oleh pemerintah berdasarkan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 08 Tahun 2001 yang memiliki tugas dan fungsi menghimpun dan menyalurkan zakat, infak, dan sedekah (ZIS) pada tingkat nasional. Lahirnya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat semakin mengukuhkan peran BAZNAS sebagai lembaga yang berwenang melakukan pengelolaan zakat secara nasional. Dalam Undang-Undang tersebut, BAZNAS dinyatakan sebagai lembaga pemerintah nonstruktural yang bersifat mandiri dan bertanggung jawab kepada Presiden melalui Menteri Agama.

Badan Amil Zakat Nasional adalah lembaga pengelolaan zakat yang dibentuk oleh pemerintah, baik tingkat nasional maupun tingkat daerah. Untuk tingkat nasional disebut BAZNAS, tingkat Provinsi dibentuk BAZNAS provinsi, sedangkan di tingkat Kabupaten/Kota dibentuk BAZNAS Kabupaten/Kota dan di semua tingkatan bersifat koordinatif, konsultatif dan informatif.

Sedangkan Lembaga Amil Zakat yang dibentuk oleh masyarakat atau kelompok masyarakat maupun organisasi kemasyarakatan disebut sebagai LAZ (Lembaga Amil Zakat) untuk LAZ yang bergerak ditingkat Nasional disebut Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) dan disebut sebagai LAZDA (Lembaga Amil Zakat Daerah) untuk LAZ yang bergerak dalam ruang lingkup lebih terbatas hanya berada di satu propinsi (LAZDA Propinsi) atau satu Kabupaten/ Kota saja (LAZDA Kabupaten/ Kota) dan diatur dalam (Pemerintah Indonesia, 2015) Keputusan Menteri Agama Nomor 333 tahun 2015.

LAZ di seluruh Indonesia terdapat 37 (tiga puluh tujuh) LAZ berskala nasional disebut LAZNAS, ada 33 (tiga puluh tiga) LAZ skala propinsi dan 70 (tujuh puluh) LAZ skala Kabupaten/Kota yang telah memperoleh izin dari Kementraian Agama Republik Indonesia (KEMENAG RI) per-April 2023

(Arnani, 2023). Lazismu (Lembaga Amil Zakat dan Infaq/Shodaqoh Muhammadiyah) merupakan salah satu dari 37 LAZNAS yang telah memperoleh ijin dari Kemenag RI (Lazismu, 2023).

Lazismu adalah lembaga zakat tingkat nasional yang berkhidmat dalam pemberdayaan masyarakat melalui pendayagunaan secara produktif dana zakat, infaq, wakaf dan dana kedermawanan lainnya baik dari perseorangan, lembaga, perusahaan dan instansi lainnya. Didirikan oleh Pimpinan Pusat Muhammadiyah pada tahun 2002, selanjutnya dikukuhkan oleh Menteri Agama Republik Indonesia sebagai Lembaga Amil Zakat Nasional melalui SK No. 457/21 November 2002. Dengan telah berlakunya Undang-undang Zakat nomor 23 tahun 2011, Peraturan Pemerintah nomor 14 tahun 2014, dan Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia nomor 333 tahun 2015. LAZISMU sebagai lembaga amil zakat nasional telah dikukuhkan kembali melalui SK Menteri Agama Republik Indonesia nomor 730 tahun 2016 (Lazismu, 2023).

Hasil survey dari lembaga studi *Institute For Demographic and Poverty Studies* (IDEAS) mengungkapkan bahwa penghimpunan donasi di lembaga social filantropi menurun akibat pandemic COVID-19. Menurunnya penghimpunan lembaga secara drastis pada kisaran 20 hingga 50 persen (Wibisono et al., 2020). Walaupun demikian, Indonesia di tahun 2022 masih menjadi negara dengan tingkat kedermawan tertinggi menurut penelitian CAF (*Carity Aid Foundations*) (Heslop, 2021).

Target pengumpulan ZIS-DSKL (Zakat Infaq Shodaqoh-Dana Sosial Kemanusiaan Lainnya) OPZ secara nasional pada tahun 2022 sebesar Rp 26 triliun, dengan 58 persen atau Rp15 triliun merupakan pengumpulan ZIS-DSKL formal (tercatat) dan sisanya adalah pengumpulan ZIS-DSKL informal (pengadministrasian). Metode penghitungan pembagian pengumpulan ZIS-DSKL dilakukan dengan rata-rata dari 3 (tiga) komponen yaitu persentase pengumpulan 2019-2020 (rata-rata geometrik), persentase pengumpulan 2020, dan persentase potensi zakat wilayah provinsi. Namun faktanya perolehan dana ZIS-DSKL yang diperoleh BAZNAS dan LAZNAS se- Indonesia tercatat ditahun 2020 sebesar Rp 12.492.246.447.469 (Achmad et al., 2022).

Ada potensi besar sebenarnya yang harus dioptimalkan oleh Lembaga Zakat agar bisa memaksimalkan *fundraising*, namun hingga saat ini masih jauh dari target potensi yang ada. Sehingga diperlukan untuk mengetahui faktor-faktor yang sangat signifikan mempengaruhi keputusan orang untuk berdonasi uang atau barang di Negara Indonesia melalui Lembaga Amil Zakat yang ada, kemudian para manager lembaga amil bisa mengetahui dan mengoptimalkan untuk melakukan *fundraising* seoptimal mungkin.

Jumlah donatur Lazismu se-Eks. Karesidenan Besuki dalam kurun waktu 5 (lima) tahun terakhir disajikan dalam Tabel 1.1. berikut ini:

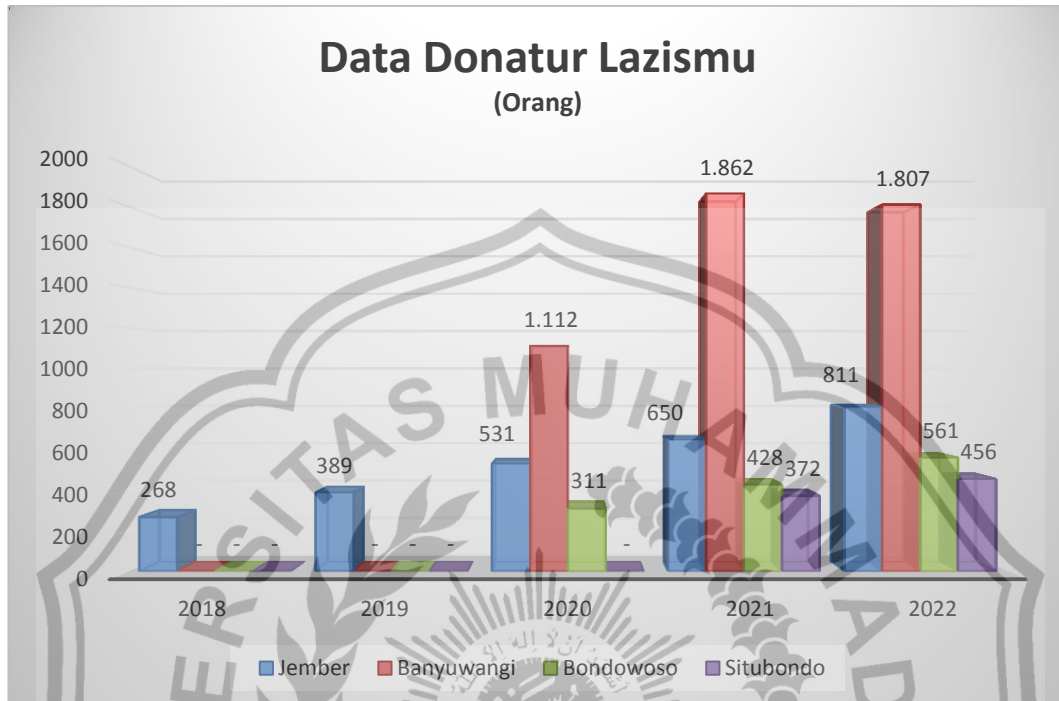
Tabel 1.1. Jumlah Donatur Lazismu se-Eks, Karesidenan Besuki

No.	Lazismu Kabupaten	Jumlah Donatur di Tahun (Orang)				
		2018	2019	2020	2021	2022
1	Lazismu Jember	268	389	531	650	811
2	Lazismu Banyuwangi	0	0	1112	1862	1807
3	Lazismu Bondowoso	0	0	311	428	561
4	Lazismu Situbondo	0	0	0	372	456

Sumber: Data Kantor Lazismu se-Eks. Karesidenan Besuki (Kabupaten Jember, Kabupaten Banyuwangi, Kabupaten Situbondo, Kabupaten Bondowoso) tahun 2022.

Data Tabel 1.1. diatas menunjukkan bahwa jumlah donatur pada kantor Lazismu se-Eks. Karesidenan Besuki mengalami kenaikan dan penurunan yang berbeda-beda setiap tahunnya, hal ini dapat diketahui secara lebih jelas pada Grafik 1.1. Sedangkan di Lazismu Jember terjadi kenaikan jumlah donasi antara kurun waktu tahun 2018 sampai dengan tahun 2021, namun kembali mengalami penurunan ditahun 2022. Di kantor Lazismu Bondowoso dan Lazismu Banyuwangi, donatur bisa terpantau di tahun 2020 sd. 2022, demikian juga di Lazismu Situbondo jumlah donasi dan donatur baru dapat terpantau sejak tahun 2021 dan 2022, sedangkan di 3 (tiga) tahun sebelumnya belum bisa terpantau hasil perolehan donasi maupun donaturnya.

Grafik 1.1. Pertumbuhan Donatur Lazismu se-Eks. Karesidenan Besuki dalam kurun waktu tahun 2018 – 2022



Sumber: Data kuesioner awal dari kantor Lazismu se-Eks. Karesidenan Besuki (Kabupaten Jember, Kabupaten Banyuwangi, Kabupaten Bondowoso dan Kabupaten Banyuwangi) pada awal tahun 2023.

Dari Grafik 1.1. jumlah donatur diatas, hampir semua kantor Lazismu mengalami peningkatan dan yang cukup signifikan ditahun 2021 yaitu dimasa pandemic covid-19, selanjutnya tetap naik, namun tidak terlalu signifikan ditahun 2022, sedangkan dikantor Lazismu Banyuwangi, di akhir pandemik tahun 2022 ini justru mengalami penurunan jumlah donatur.

Sedangkan hasil perolehan donasi Lazismu se-Eks. Karesiden Besuki dalam kurun waktu 5 tahun terakhir (tahun 2018, 2019, 2020, 2021 dan 2022) disajikan dalam Tabel 1.2. berikut ini:

Tabel 1.2. Perolehan Donasi Lazismu se-Eks, Karesidenan Besuki

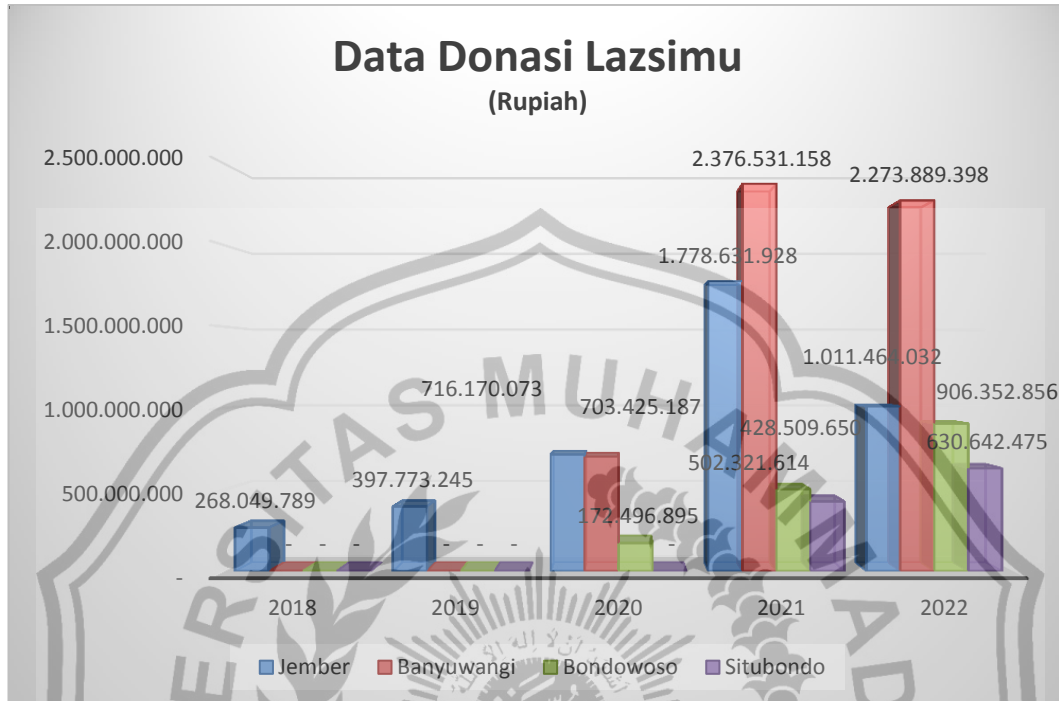
No.	Lazismu Kabupaten	Tahun Perolehan (Rupiah)				
		2018	2019	2020	2021	2022
1	Lazismu Jember	268.049.789	397.773.245	716.170.073	1.778.631.928	1.011.464.032
2	Lazismu Banyuwangi	0	0	703.425.187	2.376.531.158	2.273.889.398
3	Lazismu Bondowoso	0	0	172.496.895	502.321.614	906.352.856
4	Lazismu Situbondo	0	0	0	428.509.650	630.642.475

Sumber: Data Kantor Lazismu se-Eks. Karesidenan Besuki (Kabupaten Jember, Kabupaten Banyuwangi, Kabupaten Situbondo, Kabupaten Bondowoso) tahun 2022.

Berdasarkan Tabel 1.2. diatas menunjukkan bahwa perolehan Donasi dimasing-masing kantor Lazismu mengalami fluktuatif/ berubah-ubah, walaupun terjadi kenaikan dalam setiap tahunnya pada masing-masing kantor Lazismu.

Jika diperhatikan secara lebih cermat lagi, ternyata ada fenomena yang menarik pada grafik jumlah hasil donasi di Grafik 1.2. pada dua Kantor Lazismu di Eks. Karesidenan Besuki, yaitu kantor Lazismu Jember dan kantor Lazismu Banyuwangi pada kurun waktu 3 (tiga) tahun terakhir yakni mulai tahun 2020, 2021 dan 2022. Pada jumlah donasi mengalami peningkatan secara signifikan ditahun 2021, masa puncak pandemic covid-19, dibandingkan setahun sebelumnya, tahun 2020, namun kemudian mengalami penurunan ditahun 2022 yang merupakan akhir dari pandemic covid-19. Sedangkan pada kantor Lazismu Bondowoso dan Lazismu Situbondo mengalami peningkatan, walau tidak terlalu signifikan.

Grafik 1.2. Pertumbuhan Donasi Lazismu se-Eks. Karesidenan Besuki dalam kurun waktu tahun 2018 – 2022



Sumber: Data kuesioner awal dari kantor Lazismu se-Eks. Karesidenan Besuki (Kabupaten Jember, Kabupaten Banyuwangi, Kabupaten Bondowoso dan Kabupaten Banyuwangi) pada awal tahun 2023.

Fenomena yang terjadi di Kantor Lazismu se-Eks. Karesidenan Besuki akibat penurunan jumlah donatur akan menghasilkan donasi yang semakin menurun juga. Hal ini dapat dijelaskan bahwa apabila jumlah donatur semakin menurun, maka potensi donasi akan berkurang juga, walaupun bisa saja ada peningkatan donasi dari para donatur yang ada, namun biasanya tidak terlalu signifikan.

Penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan orang berdonasi sudah ada, namun belum ada yang secara spesifik dan konsisten memetakan faktor-faktor tersebut dalam faktor eksternal ataupun faktor internal, sehingga penguatan pada faktor-faktor yang mempengaruhi akan sedikit menyulitkan manager sebuah lembaga amil untuk mengambil keputusan dan strategi yang tepat untuk meningkatkan hasil fundraisingnya. (Degasperri & Mainardes, 2017) Menyatakan bahwa penelitian terhadap faktor eksternal perilaku

donatur sangat beralasan karena dua hal ini: pertama karena menyangkut kontribusi akademis, karena penelitian yang ada kurang subjek dan literatur, karena berfokus pada pengelompokan variabel dalam melakukan penelitian empiris. Alasan kedua mengacu pada bidang praktis, organisasi amal memiliki kebutuhan untuk mengetahui faktor eksternal yang mendukung donasi.

Penelitian ini akan memfokuskan dua faktor eksternal yang telah dibahas oleh (Mainardes et al., 2017) yang awalnya diperoleh 46 variabel eksternal dari hasil penelitiannya, selanjutnya setelah dilakukan klasifikasi akhirnya diperoleh 5 klasifikasi faktor eksternal yang mempengaruhi orang mendonasikan uang atau barang, yaitu: 1) Motivasi lingkungan/ kebijakan, 2) Penyebab atau situasi donasi, 3) Karakteristik organisasi penerima manfaat, 4) Pengaruh orang lain (*influencer*), 5) Hadiah pribadi. Dan dalam penelitian ini akan dipilih klasifikasi pada Karakteristik organisasi penerima manfaat dan klasifikasi pengaruh orang lain.

Pada beberapa penelitian yang sebelumnya di kedua faktor eksternal ini masih terdapat perbedaan hasil, sebagaimana hasil penelitian dari (Nur'aini & Rasyid Ridla, 2015; Rendi, 2017; Widayanto N. Hari & Mursid Ali, 2022) menyatakan bahwa Citra Lembaga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat donatur memutuskan. Demikian juga dalam penelitian yang dilakukan oleh (Aisy et al., 2021; Mahendra & Edastama, 2022; Tomi, 2022) ketiganya memberikan hasil bahwa *Influencer* tidak menjadi faktor yang signifikan terhadap keputusan, sehingga sangat menarik untuk dilakukan penelitian lanjutan.

Dari dua klasifikasi yang telah ditentukan, selanjutnya akan dipilih variabel citra Lembaga Amal dan *influencer* dikarenakan terhadap *research gap* (perbedaan hasil penelitian) dari kedua variabel tersebut terhadap keputusan, tentunya hal ini menjadi menarik untuk dilakukan penelitian lanjutan, yang selanjutnya akan diuji pengaruhnya terhadap keputusan berdonasi dengan kepercayaan sebagai variabel interveningnya, dibatasi pada donatur dari Lembaga Amil Zakat (LAZ) Lazismu se-Eks. Karesidenan Besuki, yaitu Kabupaten Jember, Kabupaten Banyuwangi, Kabupaten Bondowoso, dan Kabupaten Situbondo.

Sampai saat ini Indonesia masih ada dalam situasi pandemi, dan sudah beberapa kali melewati bulan yang suci yaitu Ramadhan dan hari raya Idul Fitri

saat pandemi Covid-19. Bulan tersebut adalah bulan yang tepat bagi umat muslim membayar zakat, dan merupakan moment bagi para amil atau pengelola zakat untuk menerima, menghimpun, dan mendistribusikan zakat dari para muzakki untuk diserahkan kepada para asnaf atau mustahik yang benar-benar membutuhkan. Karena jika zakat ini bisa sampai ke tangan yang lebih berhak maka kemiskinan akibat pandemik ini bisa segera teratasi. Beberapa permasalahan yang ada yaitu masyarakat menganggap bahwa zakat hanya ada pada bulan Ramadhan saja yaitu zakat fitrah, dan penulis merasakan bahwa pengetahuan masyarakat mengenai zakat yang lain seperti zakat maal (harta) masih banyak yang belum begitu memahaminya. Padahal apabila zakat bisa dihimpun tidak hanya dari zakat fitrah, tetapi zakat maal, zakat perdagangan, zakat dari binatang ternak, dan sejenisnya juga bisa dihimpun, maka ini bisa dikatakan bahwa zakat bisa menjadi salah satu instrumen pemerataan ekonomi atau pemulihan ekonomi di Indonesia setelah turunnya faktor ekonomi akibat pandemi. Permasalahan lainnya yaitu Organisasi Pengelola Zakat sepertinya belum mendapat kepercayaan penuh dari masyarakat khususnya kalangan muzakki. Padahal peran dan kedudukannya sangat strategis dalam ikut serta mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan keadilan social (Hamidi & Suwardi, 2013), masih banyak para muzakki yang tidak memberikan zakatnya kepada lembaga resmi pengelola zakat dan mengakibatkan tidak tercatat di LZN (Lembaga Zakat Nasional), dan faktor lainnya adalah kurangnya peran para amil untuk mensosialisasikan secara masif kepada seluruh lapisan masyarakat (Prasetio & Khotijah, 2021).

Dari serangkaian perhitungan yang telah dilakukan, diketahui bahwa realisasi dana zakat di Indonesia terus mengalami kenaikan setiap tahunnya, akan tetapi total realisasi tersebut tidak sepadan dengan potensi zakat yang ada. Menurut data di atas, diketahui bahwa persentase realisasi zakat di Indonesia tidak sampai 1% dari potensi zakat yang ada. Hal ini menjadi timpang bila mengingat jumlah populasi muslim di Indonesia merupakan yang terbesar di dunia. Hal ini selaras dengan pendapat dari Ketua Baznas, Bambang Sudibyo yang mengatakan bahwa di tingkat nasional zakat yang dikumpulkan di lembaga badan amil resmi

masih kecil sekali bila dibandingkan dengan ruang pengumpulan zakat yang besar. Selain Baznas, CEO Rumah Zakat, Nur Effendi juga mengatakan hal yang juga sama, yakni potensi zakat di Indonesia sudah mencapai 217 triliun, akan tetapi realisasi zakat yang terkumpul masih ada di angkat 4% (Afiyana et al., 2019).

Zarkasih (2021) dalam penelitiannya menyatakan bahwa belum optimalnya dana zakat yang terkumpul dibandingkan dengan potensi yang dapat dicapai, BAZNAS dan LAZ sebaiknya lebih mengencangkan sosialisasi dan edukasi terkait keunggulan dan manfaat lebih jika menyalurkan zakat melalui lembaga amil zakat (BAZNAS dan LAZ) (zarkasih, 2021).

Hasil penelitian ini akan sangat bermanfaat bagi Lembaga Amil Zakat (LAZ) untuk mengoptimalkan lagi tim *fundraising*-nya, sehingga perolehan donasi meningkat, dan dampaknya adalah peningkatan ekonomi masyarakat penerima manfaat pasca pandemi covid 19 dengan meningkatnya orang berdonasi untuk bisa membantu sesama dalam berbagai program dan kegiatan yang telah disiapkan oleh Lembaga Amil Zakat.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada diatas, ada banyak potensi donasi (Zakat, Infaq dan Sedekah) yang bisa dimaksimalkan oleh pengelola Lembaga Amil Zakat, sehingga faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang memutuskan untuk berdonasi perlu untuk dikaji dan diteliti, maka perlu untuk dirumusan masalah pada pertanyaan penelitian ini dengan pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah Citra Lembaga Amal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan?
2. Apakah *Influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan?
3. Apakah Citra Lembaga Amal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan donatur?
4. Apakah *Influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan donatur?

5. Apakah Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan orang berdonasi?
6. Apakah Citra Lembaga Amal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan donatur dengan variabel kepercayaan sebagai variabel intervening?
7. Apakah *Influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan donatur dengan variabel kepercayaan sebagai variabel intervening?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang, pertanyaan penelitian dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan membuktikan secara empirik bagaimana:

1. Citra Lembaga Amal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan?
2. *Influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan?
3. Citra Lembaga Amal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan orang berdonasi?
4. *Influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan orang berdonasi?
5. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan orang berdonasi?
6. Citra Lembaga Amal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan orang berdonasi dengan variabel Kepercayaan sebagai variabel intervening?
7. *Influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan orang berdonasi dengan variabel Kepercayaan sebagai variabel intervening?

1.4. Manfaat Penelitian

Setidaknya ada 2 (dua) manfaat yang bisa diperoleh dari penelitian ini, ialah:

1.4.1. Manfaat Akademis

Manfaat secara akademis dari penelitian ini adalah untuk memberikan sumbangan penting bagi ilmu pengetahuan dan memperluas wawasan dan pengembangan konsep teori kepercayaan dalam pemasaran yang dikhususkan

pada faktor citra lembaga dan *influncer* sebagai variabel bebas, sedangkan keputusan donatur menjadi variabel terikat dan dipengaruhi juga oleh kepercayaan sebagai variabel intervening. Selanjutnya akan dilakukan pengukuran, pengidentifikasian dan menjelaskan hubungan antar variabel dalam menentukan keputusan donatur agar menjadi referensi dalam pengembangan penelitian yang akan datang.

Selain itu diharapkan juga dari hasil penelitian ini dapat mengetahui hasil pengujian dari faktor eksternal yang selama ini juga masih terdapat perbedaan hasil/ ada riset gap dari beberapa penelitian sebelumnya, sehingga dapat menjadi tambahan pengetahuan serta menjadi acuan dalam penelitian selanjutnya terhadap faktor lainnya yang mendorong para donator memutuskan donasinya disumbangkan melalui sebuah lembaga amal.

1.4.2. Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis dari penelitian ini adalah untuk memberikan rekomendasi, saran dan masukan terhadap lembaga *filantrophy* atau Lembaga Amil Zakat dalam peningkatan pelayanan kemasyarakatan untuk memperoleh kepercayaan dari masyarakat sehingga mereka bisa memutuskan dengan cepat dan tepat kemana mereka harus berdonasi.

Beberapa faktor/ variabel yang telah dipilih dalam penelitian ini, yaitu Citra Lembaga Amal, *Influencer*, dan Kepercayaan, diharapkan nantinya bisa menjadi titik penekanan oleh lembaga amil zakat (LAZ) khususnya Lazismu se-Eks. Karisidenan Besuki (Kabupaten Jember, Kabupaten Bondowoso, Kabupaten Situbondo dan Kabupaten Banyuwangi) sebagai tempat penelitian, agar dimaksimalkan lagi sebagai faktor penentu seseorang memutuskan berdonasi. Sehingga diharapkan perolehan donasi bisa lebih meningkat dibandingkan sebelumnya.