

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar belakang**

Zakat ialah salah satu rukun Islam yang wajib dilaksanakan bagi umat muslim. Zakat mempunyai peran penting dalam membantu mengentaskan kesulitan bagi saudara-saudara muslim yang kurang beruntung. Menurut Hafidhuddin menyebutkan bahwa zakat itu adalah bagian dari harta dengan persyaratan tertentu, yang Allah SWT mewajibkan kepada pemiliknya untuk diserahkan kepada yang berhak menerimanya dengan persyaratan tertentu pula. Selain itu zakat bertujuan untuk membersihkan diri seseorang dan hartanya, karena zakat memiliki arti suci, tumbuh dan berkah.<sup>2</sup>

Lembaga Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) sebagai lembaga yang mengelola zakat di Indonesia, memiliki tanggung jawab besar untuk mengajak para umat untuk lebih sadar dan aktif dalam menunaikan zakatnya serta mengelolanya dengan baik. Dalam artikel pusat kajian strategis BAZNAS yang dimuat pada indeks kesiapan digital organisasi pengelolaan zakat disebutkan sebagai lembaga yang mengelola donasi publik, lembaga zakat harus segera merespon dengan cepat tren yang sedang terjadi saat ini yakni tren donasi melalui kanal digital yang mengalami kenaikan yang cukup signifikan sejak pandemi Covid-19 dengan melakukan berbagai transformasi digitalisasi dalam

---

<sup>2</sup> Hasan, A. M. (2008). Zakat dan Infak Salah Satu Solusi Mengatasi Problem Sosial di Indonesia. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

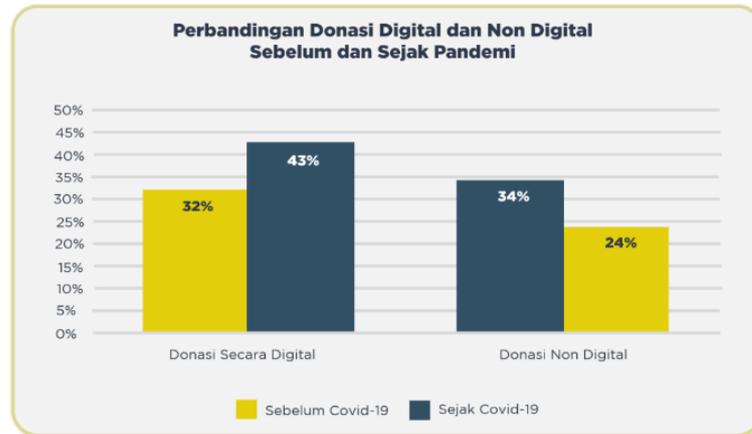
pengelolaan zakat. Pada era 4.0 dimana teknologi menjadi backbone dalam pengembangan industri kedepan penggunaan kata digitasi, digitalisasi serta transformasi digital menjadi semakin populer baik di ranah praktis maupun akademis.<sup>3</sup>

Hasil studi dari SMERU Research Institute menunjukkan bahwa pertumbuhan pengguna internet di Indonesia mengalami kenaikan yang signifikan. Hal ini tercatat selama satu dekade lebih terjadi kenaikan sebesar 63.47 persen penduduk Indonesia yang menggunakan internet. Kenaikan tertinggi terjadi antara tahun 2019 dan 2020 sebesar lebih dari 20 persen penambahan pengguna internet baru yang merupakan dampak dari adanya pandemi COVID-19. Dampak tersebut memaksa sektor industri untuk mengadopsi berbagai platform digital dalam melakukan proses bisnisnya termasuk sektor keuangan sosial syariah dalam hal ini lembaga zakat.

---

<sup>3</sup> PUSKAS BAZNAS. (2022) *Indeks Kesiapan Digital Organisasi Pengelola Zakat: Landasan Konseptual*. Jakarta : PUSKAS BAZNAS

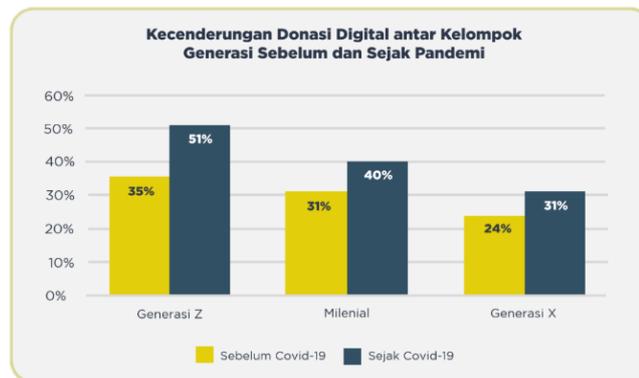
**Gambar 1.1**  
**Kecenderungan Berdonasi Digital Sebelum Dan Sejak Pandemi**



Sumber data : Puskas BAZNAS, Outlook Zakat Indonesia 2022

Hasil survei yang dilakukan oleh salah satu mitra BAZNAS yakni, *e-wallet* terbesar di Indonesia menemukan bahwa cara berdonasi sebelum dan sejak pandemi COVID-19 mengalami perubahan yang cukup signifikan. Hasil survei menunjukkan jika cara berdonasi melalui kanal digital mengalami kenaikan sebesar 9 persen dan cara berdonasi secara non-digital mengalami penurunan sebesar 10 persen. Adapun rata-rata kenaikan donasi secara digital naik sebesar 72 persen. Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa terdapat kenaikan donasi melalui kanal digital sebesar 16 persen untuk generasi Z, kenaikan sebesar 9 persen untuk generasi milenial, dan kenaikan sebesar 7 persen di kalangan generasi X. Oleh karena itu, data-data tersebut mengindikasikan bahwa selama pandemi COVID-19 kecenderungan donasi melalui kanal digital mengalami kenaikan di semua kelompok masyarakat.

**Gambar 1.2**  
**Kecenderungan Berdonasi Digital Antar Kelompok sebelum dan Sejak Pandemi**



Sumber data : Puskas BAZNAS, Outlook Zakat Indonesia 2022

Berdasarkan pernyataan di atas, bisa disimpulkan bahwa tingkat kecenderungan masyarakat untuk berdonasi secara digital sebelum dan sesudah pandemi seperti saat ini meningkat secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi melalui platform apapun memiliki pengaruh sedikit banyak pada tingkat kesadaran masyarakat dalam pengamalan zakat, infaq dan sedekah. Oleh sebab itu, lembaga BAZNAS perlu merespon dengan cepat tren yang terjadi saat ini dengan memfasilitasi segala bentuk pengamalan ZIS, baik berupa perencanaan, pengumpulan, dan penyalurannya agar lebih optimal.<sup>4</sup>

Segala aspek yang berada disekitar kita telah ter-digitalisasi oleh teknologi di era saat ini. Adanya Sosial media telah menjadi wadah segala macam informasi yang mudah dijangkau secara mudah oleh masyarakat. Salah satu platform dari media tersebut adalah Instagram, yang mana dalam platform ini

<sup>4</sup> PUSKAS BAZNAS. (2022) *Outlook Zakat Indonesia 2022*. Jakarta : PUSKAS BAZNAS

menampilkan berbagai macam fitur: seperti informasi disertai foto yang istilahnya dikenal dengan Feeds dan juga video dengan sebutan Reels ataupun bisa juga mengunggah kegiatan-kegiatan para pengguna lewat foto/video yang biasa disebut Snapgram/Instagram Stories. Keunggulan inilah menarik para *Users* Instagram dapat mengunggah berbagai macam informasi di dalamnya dengan segala kreatifitas para pengguna. Para *Users* Instagram dapat mengunggah berbagai macam informasi di dalamnya dengan segala kreatifitas para pengguna.<sup>5</sup>

Platform Instagram menjadi wadah yang sangat strategis bagi lembaga BAZNAS sebagai media promosi pentingnya Zakat, Infaq, Sedekah (ZIS) dan berbagai program yang di selenggarakan oleh BAZNAS.<sup>6</sup> Di Indonesia, pengguna internet memiliki jumlah yang sangat besar untuk berkomunikasi lewat pesan yakni 24,7% dari total penduduk 246,16 juta orang, dan 18,9% pengguna media sosial. Dengan jumlah yang besar tersebut, dapat menjadi peluang bagi lembaga amil zakat untuk menjaring calon muzaki secara masal.<sup>7</sup> Adanya media sosial Instagram sebagai sarana berdakwah atau media promosi adalah suatu hal yang baru, melalui postingan konten yang berupa foto/gambar

---

<sup>5</sup> BAPANG, S. H. (2022). Dampak Media Sosial Marketing Instagram Pada Fundraising Di Baznas Kota Yogyakarta.

<sup>6</sup> Madyansyah, M. M. (2020). *Penyebaran Informasi Program Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Pusat dalam Penerapan Citra yang Berlaku (Current Image)* (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).

<sup>7</sup> Akhamd, S. B. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Influencer endorsement Terhadap Keputusan Pembayaran Zakat, Infak Dan Sedekah* (Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis uin jakarta).

dan video yang berisi informasi mengenai ZIS dan juga disertakan open donasi bagi yang mau membayar ZIS diharapkan menjadi salah satu cara yang efektif.<sup>8</sup>

Tingkat kepopuleran penggunaan aplikasi media sosial tahun 2022 adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Data Kepopuleran Penggunaan Media sosial tahun 2022**

Data penggunaan media sosial Januari-Februari 2022		
No.	Jenis media sosial	Persentase
1	Whatsapp	88,7%
2	Instagram	84,8%
3	Facebook	81,3%
4	Tiktok	63,1%
5	Telegram	62,8%

Sumber : Dataindonesia.id

Dari data tabel 1.1 dapat diketahui bahwa saat ini Instagram merupakan salah satu media sosial yang digemari dan banyak digunakan oleh masyarakat selain Whatsapp dan Facebook. Jika dibandingkan dengan keduanya dalam promosi maka Instagram lebih unggul dalam hal pemasaran. Hal ini disebabkan Instagram memiliki fitur-fitur editing baik gambar maupun video yang lebih

---

<sup>8</sup> Prihartanto, Y., & Efendi, M. (2023). *Analisis Manajemen Strategi Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Zakat, Infaq dan Sedekah* (Doctoral dissertation, UIN Raden Mas Said Surakarta).

lengkap dan detail. Selain itu Instagram memiliki hastag yang lebih dominan dan dilengkapi dengan fitur-fitur instastory yang memungkinkan untuk menjangkau viewer lebih banyak.<sup>9</sup>

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rami (2023) dengan judul “Strategi *Fundraising* dan Pendistribusian Zakat melalui Instagram di Badan Amil Zakat Nasional Kota Bandar Lampung” menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi Instagram sebagai media *fundraising* dan pendistribusian zakat dapat menghimpun dana zakat, muzakki dari masyarakat umum. Selain itu, dapat memberikan informasi mengenai penyaluran dana zakat untuk masyarakat umum. Strategi *fundraising* dan pendistribusian zakat melalui aplikasi Instagram yang dilakukan BAZNAS Kota Bandar Lampung dapat dinilai cukup efektif.<sup>10</sup>

Selain itu, penelitian kualitatif yang dilakukan oleh Maisiyah & Rahman (2022) dengan judul “Peran *Digital Marketing* dan *Digital Fundraising* dalam Peningkatan Minat Masyarakat Membayarkan Zakat Infak dan Sedekah di BAZNAS Kabupaten Sumenep” menunjukkan hasil bahwa digitalisasi zakat berperan sebagai metode pengumpulan zakat secara digital dapat lebih memudahkan BAZNAS Sumenep dan para Muzakki dalam menghemat waktu serta biaya. Implementasi digitalisasi zakat pada BAZNAS Sumenep yaitu

---

<sup>9</sup> BAPANG, S. H. (2022). Dampak Media Sosial Marketing Instagram Pada *Fundraising* Di Baznas Kota Yogyakarta.

<sup>10</sup> Rami, P.W. (2023). *Strategi Fundraising dan Pendistribusian Zakat melalui Aplikasi Instagram di Badan Amil Zakat Nasional Kota Bandar Lampung* (Doctoral dissertation, UIN Raden Mas Intan Lampung).

melalui transfer via bank, website, scan kode QR, dan media sosial melalui Facebook, Whatsapp dan Instagram.<sup>11</sup>

Penelitian kualitatif lain dengan judul “Strategi *Integrated Marketing Communication* pada BAZNAS demi Meningkatkan Partisipasi Generasi Milenial Indonesia dalam Berzakat” oleh Akhmad & Setiawan (2023) menunjukkan hasil bahwa penggunaan media sosial seperti instagram, website, platform dan pembayaran online terbukti mampu meningkatkan partisipasi generasi milenial dalam berzakat. Dalam implementasinya, BAZNAS dalam menjangkau generasi milenial salah satunya dengan mengunggah konten baik teks, gambar atau video melalui Facebook, Instagram dan Youtube.<sup>12</sup>

Berdasarkan pernyataan hasil penelitian terdahulu kita dapat menyimpulkan bahwa terdapat fenomena penggunaan media sosial seperti Instagram dapat meningkatkan kecenderungan masyarakat untuk mengamalkan donasi ZIS secara digital. Tetapi fenomena tersebut belum banyak diuji yakni benarkah terdapat pengaruh antar variabel ini. Oleh sebab itu, pengujian pengaruh konten Instagram terhadap pengamalan ZIS followers instagarm @baznaskabtulungagung menjadi tujuan penelitian ini.

Penelitian tentang pengaruh konten Instagram BAZNAS @baznaskabtulungagung terhadap pengamalan ZIS followersnya dapat

---

<sup>11</sup> Maisiyah, M., & Rahman, M. (2022). Digital Marketing dan Digital Fundraising dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Membayar ZIS di Baznas Kabupaten Sumenep. *Alkasb: Journal of Islamic Economics*, 1(1), 54-69.

<sup>12</sup> Akhmad, A., & Setiawan, F. A. (2023). Strategi *Integrated Marketing Communication* pada Baznas Demi Meningkatkan Partisipasi Generasi Milenial Indonesia dalam Berzakat. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 3(2), 395-402.

memberikan gambaran mengenai efektivitas media sosial dalam mempengaruhi tindakan pengamalan zakat masyarakat khususnya pada followers dari @baznaskabtulungagung. Hal lain dari pemilihan media sosial Instagram sebagai objek penelitian, ini didasarkan pada jumlah pengikutnya lebih banyak daripada media sosial lain seperti Facebook dan Tiktok dari BAZNAS Kabupaten Tulungagung. Dalam menerapkan zakat, keyakinan dan pemahaman yang kuat tentang pentingnya zakat sebagai ibadah wajib sangat dibutuhkan. Dengan mengetahui hal tersebut, BAZNAS dapat meningkatkan strategi promosi zakat melalui media sosial untuk mencapai tujuan utamanya dalam mengelola zakat dan meningkatkan kesejahteraan Masyarakat.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang diatas, peneliti menfokuskan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah pengaruh konten Instagaram Lembaga BAZNAS Tulungagung @baznaskabtulungagung terhadap pengamalan ZIS followers, peneliti urai melalui rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana penilaian followers terhadap konten Instagram @baznaskabtulungagung?
2. Bagaimana pengaruh konten Instagram @baznaskabtulungagung terhadap pengamalan ZIS bagi followers?
3. Bagaimana interpretasi pengaruh konten Instagram @baznaskabtulungagung terhadap pengamalan ZIS bagi followers?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang disebutkan, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui penilaian followers terhadap pengaruh konten media sosial Instagram BAZNAS Kab.Tulungagung (@baznaskabtulungagung), untuk mengetahui pengaruh konten Instagram BAZNAS Kab.Tulungagung (@baznaskabtulungagung) terhadap pengamalan ZIS bagi Followersnya, dan untuk mengetahui seberapa pengaruh konten media sosial Instagram BAZNAS Kab.Tulungagung (@baznaskabtulungagung) terhadap pengamalan ZIS Followersnya sehingga dapat diinterpretasikan.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

##### **1. Bagi Akademisi**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu bagi peneliti dan pihak akademisi terkait pengaruh media sosial Instagram BAZNAS Kab. Tulungagung pada pengamalan atau peningkatan pembayaran Followersnya. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber atau bahan kajian untuk penelitian berikutnya dengan berbagai inovasi dan pembaharuan yang akan datang dan dapat dijadikan referensi untuk pengembangan studi ekonomi Islam khususnya seperti studi kasus pengaruh konten media sosial Instagram BAZNAS Kab.Tulungagung @baznaskabtulungagung terhadap pengamalan atau peningkatan pembayaran ZIS Followersnya.

##### **2. Bagi praktisi**

Penelitian ini di harapkan dapat bermanfaat untuk bahan masukan dan evaluasi bagi BAZNAS Kab. Tulungagung untuk berinovasi dan mengembangkan strategi marketing yang lebih baik lagi. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi sumber informasi bagi pihak-pihak yang membutuhkan seperti masyarakat umum dan lainnya.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menciptakan ide-ide penelitian baru, dan penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber referensi terkait dengan pembaruan penelitian selanjutnya

## **E. Batasan Penelitian**

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak meluas, maka ruang lingkup Batasan penelitian ini terfokus pada pengamalan ZIS followers Instagram BAZNAS Kab. Tulungagung @baznaskabtulungagung.

## **F. Penegasan Istilah**

Berdasarkan dari penjelasan pada sub-bab Batasan penelitian di atas, dijabarkan penegasan istilah sebagai berikut untuk menghindari ambiguitas dan kerancuan dalam penulisan skripsi ini:

### 1. Konten Instagram

Instagram merupakan salah satu platform yang memiliki banyak fitur untuk membagikan informasi. Yang dimaksud sebagai konten Instagram pada istilah di sini adalah seluruh informasi atau konten yang diunggah di akun Instagram BAZNAS Tulungagung @baznaskabtulungagung baik berupa foto, video, maupun Instagram story.

## 2. Pengamalan Zakat Infaq dan Sedekah (ZIS)

Zakat Infaq dan Sedekah (ZIS) merupakan salah satu ibadah lahiriyah yang umat muslim lakukan. Pengamalan ZIS pada istilah ini merujuk pada kegiatan menunaikan ZIS yang dilakukan oleh pengikut Instagram BAZNAS Tulungagung @baznaskabtulungagung yang melihat konten atau postingan pada Instagram tersebut.